



**Diogo Filipe Matos  
Moleiro**

**Avaliação das perceções e atitudes dos residentes  
face à apropriação dos espaços públicos pelos  
turistas: O caso de Aveiro**



**Diogo Filipe Matos  
Moleiro**

**Avaliação das perceções e atitudes dos residentes  
face à apropriação dos espaços públicos pelos  
turistas: O caso de Aveiro**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Zélia Maria de Jesus Breda e sob a coorientação científica da Doutora Maria João Aibéo Carneiro, Professoras Auxiliares do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho ao Sérgio por todo o apoio incansável que sempre transmitiu.

## **o júri**

Presidente

Prof. Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão  
Professora auxiliar convidada da Universidade de Aveiro

Doutora Médeia Veríssimo Silva de Araújo  
Bolseira de investigação da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda  
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

Para as Professoras Zélia Breda e Maria João Carneiro vão os meus principais agradecimentos, por terem aceitado orientar a minha investigação, pelo acompanhamento contínuo, sempre rápido e oportuno, oferecendo sugestões e comentários que muito me ajudaram a ultrapassar as dificuldades e fizeram com que esta fase fosse tudo menos solitária, o meu mais vivo obrigado por isso.

Ao Sérgio que me incentivou a levar por diante o trabalho e me ajudou a acreditar que era possível.

A todos os professores do Mestrado, pelos ensinamentos que me foram transmitidos ao longo do curso.

Aos residentes da cidade de Aveiro pela sinceridade nos depoimentos, e à Junta de Freguesia de Glória e Vera Cruz pela receptividade.

A todos os meus colegas e amigos, pelo incentivo e dedicação que me prestaram durante este processo de investigação, em especial à Carina, Catarina, Marta, Mário e Hilário que muito contribuíram para o trabalho desenvolvido.

A todos os que contribuíram de forma direta e indireta, para a concretização deste trabalho, o meu sincero obrigado.

## palavras-chave

Residentes, Impactes do turismo, Gentrificação, Espaço público, Apropriação, Perceções, Atitudes, Turismo urbano, Cidades, Aveiro.

## Resumo

O presente trabalho pretende analisar as perceções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas e de que forma a perceção dessa apropriação pode influenciar ou não, a atitude dos residentes para com os turistas aquando de momentos de interação em espaços públicos comuns. Partindo de uma base teórica onde se procede à análise dos impactes socioculturais do turismo em destinos urbanos, dos fatores que determinam a perceção destes impactes junto da comunidade residente, nomeadamente na reestruturação do espaço, procura-se compreender também, a nível empírico, se a perceção destes impactes, sobretudo os relacionados com a apropriação dos espaços, afeta a identidade da comunidade, e que tipo de atitude advém desta perceção. Esta análise afigura-se pertinente na medida em que, sendo este um estudo exploratório, não existem recursos bibliográficos sobre esta temática, pelo que deveremos basear-nos na informação existente, tentando enquadrar a mesma de forma indireta na problemática a ser analisada nesta dissertação. Sendo Aveiro uma cidade que apresenta distintas particularidades na área do turismo, onde o património cultural, material e imaterial, caracteriza a identidade da cidade e serve também como recurso turístico à própria atividade, o caso de estudo incide na freguesia de Glória e de Vera Cruz. A opção de escolha incidu sobre o fator centralidade da própria freguesia. O objetivo do estudo empírico é explorar os fatores que influenciam as perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos pelos turistas e analisar em que medida esta perceção da apropriação influencia a atitude dos residentes relativamente aos turistas. Esta tarefa implicou a aplicação de um inquérito por questionário (N=301) e de um inquérito por entrevista (N=30) aos residentes desta freguesia em análise, tendo-se utilizado o processo de amostragem por conveniência. Os resultados que emergem desta investigação permitem observar que globalmente os residentes da freguesia de Glória e Vera Cruz consideram que o turismo tem mais impactes positivos do que negativos para o destino. Observa-se, no entanto, que os residentes percecionam já alguns impactes negativos do turismo. Isto é também visível ao nível das perceções de apropriação do espaço. Estas perceções de apropriação tendem a ser influenciadas, sobretudo pelas perceções de existência de impactes positivos e negativos, mas a perceção de um tipo de utilização positiva dos espaços foi também influenciada pelas características sociodemográficas dos residentes e pela interação destes com os turistas. No que diz respeito às atitudes dos residentes relativamente ao turismo, estas tendem a ser mais positivas do que negativas. Observa-se ainda que estas atitudes são significativamente influenciadas por diversas perceções de apropriação do espaço. A dissertação termina com algumas linhas de orientação para a conceção de políticas e estratégias de desenvolvimento turístico que promovam uma melhor utilização dos espaços públicos por parte dos turistas.

**keywords**

Residents, Tourism impacts, Gentrification, Public space, Appropriation, Perceptions, Attitudes, Urban tourism, Cities, Aveiro.

**Abstract**

This dissertation aims to analyse the residents' perceptions and attitudes towards the appropriation of public spaces by tourists and how the perception of this appropriation may or may not influence residents' attitudes towards tourists during moments of interaction in common public spaces. Based on a theoretical framework where the sociocultural impacts of tourism in urban destinations are analysed, as well as the factors that determine the perception of these impacts with the local community, namely in the restructuring of the space. It is also sought to understand, at the empirical level, whether the perception of these impacts, especially those related to the appropriation of spaces, affects the identity of the community, and what kind of attitude comes from this perception. This analysis is pertinent to the extent that, since this is an exploratory study, there are no bibliographic resources on this subject, so we should be based on the existing information, trying to frame it indirectly on the problem analysed. As Aveiro is a city that presents distinct peculiarities in the tourism area, where the material and immaterial cultural heritage characterizes the identity of the city and also serves as a tourism resource for the activity itself, the case study focuses on the parish of Glória and Vera Cruz. The choice focused on the centrality factor of the parish itself. The aim of the empirical study is to explore the factors that influence residents' perceptions of tourists' appropriation of public spaces and to what extent this perception of appropriation influences residents' attitudes towards tourists.

This task involved the application of a questionnaire survey (N = 301) and an interview survey (N = 30) to residents of this parish, using the convenience sampling process. The results that emerge from this research allow us to observe that overall the residents of Glória and Vera Cruz consider that tourism has more positive impacts than negative ones. However, it is observed that residents already perceive some negative impacts of tourism. This is also visible in terms of perceptions of the appropriation of space. These perceptions of appropriation tend to be influenced, mainly, by the perceptions of positive and negative impacts, but the perception of a type of positive use of spaces was also influenced by the residents' sociodemographic characteristics and their interaction with tourists. Regarding residents' attitudes towards tourism, these tend to be more positive than negative. It is also observed that these attitudes are significantly influenced by various perceptions of space appropriation. The dissertation ends with some guidelines for the design of policies and strategies for tourism development that promote a better use of public spaces by tourists.

*“What is written effortlessly is usually read without pleasure”*

Samuel Johnson



## ÍNDICE GERAL

Índice Geral.....	i
Índice de Tabelas.....	vi
Índice de Figuras.....	viii
Lista de Abreviaturas e Siglas.....	x
Glossário.....	xi

## ÍNDICE

<b>I. Nota Introdutória .....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo 1. Introdução.....</b>	<b>14</b>
1.1. Enquadramento.....	14
1.2. Temáticas em análise.....	16
1.3. Definição do problema de investigação.....	18
1.4. Objetivos da investigação .....	20
1.5. Processo metodológico.....	20
1.6. Processo de investigação .....	21
1.7. Estrutura da dissertação .....	23
 <b>II. Estado da Arte.....</b>	 <b>25</b>
<b>Capítulo 2. Conceito de Espaço.....</b>	<b>26</b>
2.1. Introdução .....	26
2.2. Espaço público .....	27
2.2.1. Espaço público e a cidade.....	31
2.2.2. Identidade urbana.....	34
2.2.2.1. Identidade urbana e turismo .....	36
2.3. Turismo urbano .....	41
2.3.1. A Investigação em turismo urbano .....	45
2.4. O turista urbano: motivações, atividades e comportamento .....	50
2.4.1. Procura turística urbana.....	52

2.5. Planeamento do turismo urbano .....	54
2.5.1. O papel de mudança do turismo na política de desenvolvimento e processos de mudança urbana... ..	56
2.6. Impactes do turismo urbano nas pessoas e nos espaços .....	61
2.6.1. Fatores que influenciam a perceção dos residentes face ao turismo .....	66
2.6.2. Fatores que influenciam a atitude dos residentes face ao turismo .....	67
2.6.2.1. Fatores sociodemográficos .....	69
2.6.2.2. Fatores espaciais .....	70
2.6.2.3. Fatores de dependência económica .....	71
2.7. Perceção e atitude dos residentes: breve síntese.....	72
2.8. Recomendações de gestão de um destino orientado para a comunidade.....	74
2.8.1. A importância do envolvimento da comunidade local.....	75
2.9. Conclusão .....	77
 <b>Capítulo 3. Processos de Reestruturação Turística do Espaço .....</b>	<b>80</b>
3.1. Introdução .....	80
3.2. Senso de lugar vs. atividade turística .....	81
3.3. Urbanização turística.....	84
3.3.1. Apropriação.....	86
3.3.1.1. O papel político no processo de apropriação.....	92
3.4. O processo de gentrificação .....	93
3.4.1. As duas principais teorias da gentrificação.....	97
3.4.2. As formas atuais da gentrificação.....	99
3.4.3. O processo de gentrificação no contexto do turismo .....	100
3.4.3.1. Deslocamento e desalojamento.....	105
3.4.3.1.1. Alojamento local como nova forma de desalojamento.....	110
3.7. Conclusão .....	<b>111</b>

<b>III. Investigação Empírica .....</b>	<b>116</b>
<b>Capítulo 4. Caraterização de Aveiro enquanto destino turístico .....</b>	<b>117</b>
4.1. Introdução .....	117
4.2. Caraterização geral da NUT III - Aveiro .....	117
4.2.1. Caraterização geográfica .....	117
4.2.2. Caraterização demográfica.....	118
4.2.3. Caraterização económica.....	120
4.3. Breve caraterização da atividade turística .....	124
4.3.1. A oferta turística de Aveiro.....	124
4.3.1.1. As atrações da Freguesia de Glória e Vera Cruz .....	129
4.3.2. A procura turística de Aveiro.....	133
4.5. Conclusão .....	134
<b>Capítulo 5. Metodologia.....</b>	<b>136</b>
5.1. Introdução .....	136
5.2. Processo de investigação em turismo.....	136
5.2.1. Objetivos e condicionalismos .....	136
5.3. Recolha empírica de dados.....	137
5.3.1. Tipologias de inquérito utilizadas.....	138
5.3.1.1. O inquérito por questionário .....	139
5.3.1.2. Inquérito por entrevista.....	141
5.3.2. Estrutura e conteúdo dos inquéritos realizados aos residentes.....	142
5.4. Administração dos inquéritos.....	145
5.5. Universo de estudo e amostra.....	147
5.5.1. Caraterização da amostra dos residentes inquiridos por questionário.....	150
5.5.2. Caraterização da amostra dos residentes inquiridos por entrevista.....	155
5.6. Análise de dados .....	158
5.6.1. Análise de dados quantitativos: Técnicas estatísticas utilizadas .....	158

5.6.2. Análise de dados qualitativa: Técnicas utilizadas .....	161
5.7. Conclusão.....	165
<b>IV. Análise e discussão dos resultados do estudo empírico.....</b>	<b>167</b>
<b>Capítulo 6. Análise e Discussão dos Resultados.....</b>	<b>168</b>
6.1. Introdução.....	168
6.2. A perceção dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas.....	170
6.3. Fatores que influenciam as perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas.....	176
6.3.1. Identificação dos fatores que influenciam a perceção dos impactes do turismo .....	176
6.3.2. Relação entre vários fatores e a perceção da apropriação dos espaços públicos .....	190
6.3.2.1.Associação entre variáveis sociodemográficas e a apropriação dos espaços públicos .....	190
6.3.2.2. Associação entre a ligação com a cidade e a apropriação dos espaços públicos ..	195
6.3.2.3. Associação da perceção de impactes e da interação com turistas com a apropriação dos espaços públicos .....	196
6.3.3. A influência de diversos fatores na perceção da apropriação dos espaços públicos	201
6.4. Atitudes dos residentes relativamente aos turistas.....	207
6.5. A influência da perceção da apropriação dos espaços públicos nas atitudes relativamente aos turistas.....	213
6.6. Estratégias a adotar relativamente ao turismo sugeridas pelos residentes.....	217
6.7. A associação da perceção da apropriação dos espaços públicos e das atitudes relativamente aos turistas com as estratégias a adotar relativamente aos turistas sugeridas pelos residentes.....	221
6.8. Conclusão.....	230
<b>V. Considerações Finais.....</b>	<b>239</b>
<b>Capítulo 7. Conclusão.....</b>	<b>240</b>

7.1. Principais conclusões .....	240
7.2. Contributos da investigação .....	246
7.3. Limitações da investigação .....	249
7.3.1. Propostas de investigação futuras .....	250
<b>Referências bibliográficas.....</b>	<b>251</b>
 <b>Apêndices.....</b>	 <b>311</b>
Apêndice 1. Inquérito por questionário (pré-teste)	
Apêndice 2. Inquérito por questionário (versão final)	
Apêndice 3. Consentimento informado	
Apêndice 4. Inquérito por entrevista (pré-teste)	
Apêndice 5. Inquérito por entrevista (versão final)	

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Fatores que levam os turistas à cidade .....	43
Tabela 2. Turismo urbano: subtemas de investigação .....	46
Tabela 3. Tipos de turista.....	50
Tabela 4. Tipologias de utilizadores do espaço urbano .....	51
Tabela 5. Fontes de Conflito: Os impactes do turismo urbano nas pessoas e espaços.....	62
Tabela 6. Densidade populacional, população residente e taxa de crescimento efetivo em 2018 ..	118
Tabela 7. População residente na Região de Aveiro e Aveiro por grupos etários em 2011 .....	119
Tabela 8. População residente na Região de Aveiro e Aveiro por grupos etários em 2018 .....	119
Tabela 9. Variação da população residente da Região de Aveiro e Aveiro entre 2011 e 2018 .....	119
Tabela 10. Ganho médio mensal (€) por localização geográfica entre 2012 e 2016.....	121
Tabela 11. Disparidade no ganho médio mensal entre 2012 e 2016 .....	122
Tabela 12. Poder de compra per capita entre 2005 e 2015.....	122
Tabela 13. População empregada no Centro, Região de Aveiro (2011) e Aveiro (2017), segundo o setor de atividade.....	123
Tabela 14. Oferta de Alojamento em 2017 .....	128
Tabela 15. Capacidade de alojamento em 2017.....	128
Tabela 16. Inventário dos bens com valor patrimonial na Freguesia de Glória e Vera Cruz.....	130
Tabela 17. Alojamentos turísticos - Nº quartos e taxa de ocupação (%) em 2017.....	133
Tabela 18. Estada média (em noites) em 2017 .....	134
Tabela 19. Tipo de informação a recolher através do inquérito por questionário aos residentes ...	144
Tabela 20. Tipo de Informação a recolher através do inquérito por entrevista aos residentes.....	144
Tabela 21. Idade, sexo e estado civil.....	150
Tabela 22. Habilitações literárias, situação perante o emprego e profissão, e ligação em termos de trabalho à atividade turística.....	152
Tabela 23. Dimensão e rendimento do agregado familiar .....	153
Tabela 24. Há quanto tempo vive na cidade.....	153
Tabela 25. Residência: Bairro e ligação.....	154
Tabela 26. Perfil sociodemográfico dos residentes - Inquérito por entrevista.....	157
Tabela 27. Valores do teste KMO.....	159

Tabela 28. Categorização das respostas dos residentes - inquérito por entrevista.....	162
Tabela 29. Análise descritiva das perceções da apropriação do espaço .....	175
Tabela 30. Análise de componentes principais das perceções dos impactes positivos do turismo. ....	180
Tabela 31. Análise descritiva das perceções dos impactes positivos do turismo.....	183
Tabela 32. Análise de componentes principais das perceções dos impactes negativos do turismo .....	185
Tabela 33. Análise descritiva das perceções dos impactes negativos do turismo.....	187
Tabela 34. Análise de componentes principais da interação dos residentes com os turistas .....	188
Tabela 35. Análise descritiva da interação dos residentes com os turistas .....	189
Tabela 36. Associação entre variáveis sociodemográficas e as perceções de apropriação do espaço (Anova, Kruskal-Wallis e Test de t).....	193
Tabela 37. Associação entre as perceções de apropriação do espaço e duas variáveis sociodemográficas - idade e dimensão do agregado familiar - correlação de Spearman.....	195
Tabela 38. Associação entre a ligação com a cidade e a apropriação dos espaços públicos - correlação de Spearman .....	196
Tabela 39. Associação da perceção de impactes e da interação com turistas com a apropriação dos espaços públicos - correlação de Spearman .....	200
Tabela 40. Influência de vários fatores no Fator 1 da apropriação do espaço - Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços .....	203
Tabela 41. Influência de vários fatores no Fator 2 da apropriação do espaço - Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos .....	204
Tabela 42. Influência de vários fatores no Fator 3 da apropriação do espaço - Congestionamento .....	205
Tabela 43. Influência de vários fatores no Fator 4 da apropriação do espaço – Respeito e valorização da cultura e património locais.....	206
Tabela 44. Influência de vários fatores no Fator 5 da apropriação do espaço – Respeito pelas normas e regras dos espaços públicos .....	207
Tabela 45. Análise de componentes principais das atitudes dos residentes relativamente aos turistas .....	209
Tabela 46. Análise descritiva das atitudes dos residentes relativamente aos turistas.....	211
Tabela 47. Experiência de impactes negativos e atitudes mais específicas dos residentes relativamente aos turistas .....	213
Tabela 48. Influência dos fatores de perceção da apropriação do espaço no Fator 1 da atitude - Atitude negativa.....	215

Tabela 49. Influência dos fatores de percepção da apropriação do espaço no Fator 2 da atitude - Atitude positiva de caráter passivo.....	215
Tabela 50. Influência dos fatores de percepção da apropriação do espaço no Fator 3 da atitude – Atitude de acolhimento e apoio aos turistas .....	216
Tabela 51. Estratégias a adotar relativamente ao turismo sugeridas pelos residentes.....	220
Tabela 52. Relação entre o tipo de estratégias e os fatores da apropriação negativa .....	223
Tabela 53. Relação entre o tipo de estratégias e os fatores da apropriação positiva.....	226
Tabela 54. Relação entre as estratégias e os fatores da atitude.....	229
Tabela 55. Relação dos impactes do turismo com a apropriação e a atitude .....	246



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Principais conceitos e interligações em estudo .....	17
Figura 2. Processo de Investigação .....	22
Figura 3. Processo de gentrificação primário .....	95
Figura 4. Processo de Gentrificação Turístico.....	103
Figura 5. Mapa do Concelho de Aveiro.....	117
Figura 6. Evolução da população residente.....	120
Figura 7. População residente empregada segundo o grupo etário e por nível de instrução (2011) .....	121
Figura 8. Etapas na investigação por questionário.....	139

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACP	Análise de Componentes Principais
ANOVA	Análise de Variância
F	Fator
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
K-W	Kruskal-Wallis
N	Número de elementos respondentes
NUT	Nomenclatura das Unidades Territoriais
OMT	Organização Mundial de Turismo
$\rho$	Nível de significância
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
t	Teste de t
WebQDA	Web Qualitative Data Analysis

## **GLOSSÁRIO**

### **Destino turístico**

“Espaço físico em que um turista passa pelo menos uma noite” (OMT, 2007, p. 1), circunscrito “como a área que contém os produtos e as atividades que podem ser habitualmente consumidos numa deslocação de um só dia a partir do centro do destino e que são geralmente promovidos pelo destino como parte do seu conjunto global de produtos” (Lew & McKercher, 2006, p. 405).

### **Visita multiatração**

Viagem orientada para múltiplas atrações no interior do destino durante um único dia (Hunt & Crompton, 2008).

### **Espaço público**

O espaço público afigura-se em três dimensões, a dimensão funcional, social e simbólica (Indovina, 2002).

### **Espaço urbano**

O espaço urbano corresponde ao espaço vivido pelos sujeitos, a um conjunto de lugares que apresenta diversas funções e a territórios de apropriação e de simbologias, vividas, construídas e partilhadas pelos atores sociogeográficos que lá vivem (Bomfim, 1997).

### **Turismo urbano**

O surgimento do turismo urbano está associado à implementação de estratégias de revitalização destinadas a trazer capital e pessoas à cidade (Lees, 2008), o turismo urbano é cada vez mais reconhecido como uma consequência e inerência política (Burns & Novelli, 2007; Hall, 1994).

### **Turistificação**

A turistificação do espaço urbano permite que os turistas experimentem a urbanidade de uma cidade como uma experiência total (Stock, 2009).

### **Apropriação**

Podem ocorrer dois tipos de apropriação do espaço, a interna e a externa, a primeira refere-se às pessoas que vivem ou trabalham no local, a segunda refere-se aos turistas, especialistas e decisores (Barker, 1987).

### **Gentrificação**

A gentrificação (Opillard, 2017) reduz a oferta de residências (Gurran & Phibbs, 2017; Peters, 2017) e a qualidade de vida dos moradores locais (Gravari-Barbas & Jacquot, 2017).

### **Percepção**

O termo percepção é usado para descrever as disposições perante o turismo, ao invés da atitude (Ap, 1992).

### **Atitude**

“É uma tendência psicológica que é expressa por uma mistura de crenças e emoções que predispõe uma pessoa a reagir a outras pessoas, objetos ou grupos de uma forma positiva ou negativa” (Coon, 2006, p. 585).

# **I. Nota Introdutória**

## **Capítulo 1. Introdução**

### **1.1. Enquadramento**

A atividade turística é o fenómeno que mais cresce e se desenvolve a nível mundial, carregando, paralelamente, uma panóplia de novos desafios e preocupações, sobretudo nos locais de destino, paralelamente, vivencia-se um aumento do turismo urbano, se por um lado, é visto como um fenómeno favorável associado à economia local, por outro, pode ser visto como algo que interfere no funcionamento da cidade (Zacarias, 2015).

O turismo urbano tem influência em toda a estrutura económica da cidade, tendo impactes físicos e sociais bastante relevantes que se assumem como os principais desafios para a gestão do turismo, estes impactes fazem emergir a necessidade de planear os fluxos turísticos com vista a garantir a sustentabilidade urbana, a atração de investimentos, a reabilitação do parque edificado, a recuperação comercial, a fruição do espaço público, a recuperação de equipamentos culturais e a recomposição de uma nova base económica e social local (Zacarias, 2015).

Atualmente os turistas viajam, cada vez mais, para centros de turismo cultural, neste “novo” desejo de consumo estão as áreas urbanas que, pela sua essência, funcionam como uma das principais atrações turísticas dos nossos dias (Eusébio & Carneiro, 2012). Os centros urbanos com o seu potencial, baseado na herança e interculturalidade determinam o motivo pelo qual é uma opção, cada vez mais vinculada, por parte dos turistas (Marujo, 2014).

A presente dissertação pretende analisar as perceções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas, partindo de uma base teórica onde se procederá à análise dos impactes socioculturais do turismo em destinos urbanos, nomeadamente na reestruturação do espaço, e se a mesma afeta a identidade da comunidade. Sendo Aveiro uma cidade que apresenta distintas particularidades na área do turismo cultural, onde o património cultural material e imaterial caracteriza a identidade da região e serve também para atrair turistas. O caso de estudo incide na cidade de Aveiro mais concretamente a União das Freguesias de Glória e de Vera Cruz.

Tentaremos explorar em que medida o espaço se caracteriza como um ator que influencia a interação entre a comunidade e os turistas. Na medida em que, o espaço “forjou a forma e o conteúdo daquela paisagem apropriada pelo Turismo” (Machado, 2010, p. 820),

o que afirma o caráter dinâmico do fenómeno. O espaço, aquele que está disponível para o turismo, “pode ser primordialmente dado, mas a organização e o sentido do espaço são produtos da translação, da transformação e das experiências sociais” (Soja, 1993, p. 101).

O espaço urbano é um produto das relações sociais que dão ao espaço uma forma e um significado social (Castells, 1983). Isto é, o espaço urbano é determinado pela circulação e interação de pessoas, enquanto atores hegemônicos, o espaço urbano é a própria sociedade. Portanto, é uma dimensão das relações sociais de produção e das dinâmicas socioespaciais<sup>1</sup> intercaladas às esferas económica, política, social, cultural e espacial do espaço (Corêa, 2006).

Nesta perspetiva, o turismo atribui um significado social ao espaço urbano, a atividade é considerada uma prática social que consome de maneira elementar o espaço (Cruz, 2001). A criação e instalação de novos produtos na cidade com funções direcionadas para o turismo propicia o crescimento de fluxos turísticos motivado pelas transformações na estrutura urbana, o que se entende como turistificação (Machado, 2010).

Neste contexto, a adequada observação e avaliação das perceções dos residentes deve ser tida em conta, na medida em que, a integração da população local nos processos de tomada de decisão é fundamental para se estabelecer uma boa gestão do destino, uma vez que, os residentes estando satisfeitos estão, paralelamente, mais tolerantes aos comportamentos dos turistas e à própria evolução da atividade. E também porque a perceção dos impactes socioculturais do turismo junto da comunidade residente influencia as interações que se estabelecem entre residentes e turistas e estas caracterizam-se por potenciarem uma experiência turística e hospitalidade positivas nos momentos de contacto (Ko & Stewart, 2002).

Nesta ótica de gestão do destino, a perceção dos residentes mostra-se essencial, na medida em que, o turismo é um fenómeno intrinsecamente insustentável, que funciona em ciclos (Butler, 2001). Isto é, quando um destino começa a ser popular, os agentes económicos introduzem uma série de elementos que visam o aumento da procura, o que muitas vezes provoca alterações nas características básicas do local, na própria comunidade recetora e por consequência na qualidade da experiência turística, o que conduz à perda do atrativo inicial (Butler, 2001).

---

<sup>1</sup> Socioespacial diz respeito às relações sociais e ao espaço, simultaneamente, abrange a dinâmica da produção do próprio espaço, no contexto da sociedade como um todo (Souza, 2008).

Esta investigação é fruto de uma reflexão exploratória sobre os espaços públicos nas cidades contemporâneas e a sua apropriação pela atividade turística. Parte de uma discussão sociológica mais geral sobre a natureza das interações e as mudanças observadas nos espaços públicos, para, em seguida, contemplar com os resultados de pesquisa nos espaços públicos da cidade de Aveiro.

Na perspetiva das Ciências Sociais, os espaços públicos concernem na medida em que são palco de interações sociais que podem caracterizar-se ora pelo seu carácter público, ora privado e que muitas vezes afluem para uma relativa imprevisibilidade de interações e conflito (Andrade & Baptista, 2015). Na perspetiva do turismo, os espaços públicos interessam na medida em que são reestruturados para um produto e consumo turístico. Contudo, mesmo que os espaços públicos estejam disponíveis para todos, há restrições sociais, emergidas do processo de interação, que determinam que os diferentes grupos sociais não o frequentem do mesmo modo. O que caracteriza o espaço público como um paradoxo, ao debater o que é o espaço público devemos analisar as interações que lá se desenrolam e que servem de fonte para a compreensão da própria dinâmica urbana (Andrade & Baptista).

Assim, espera-se que a presente pesquisa contribua para a compreensão e a consciencialização da sociedade sobre a importância das relações sociais que se configuram no espaço urbano, mais, principalmente, na ótica dos intervenientes em análise, dos residentes locais e dos turistas, na medida em que a proximidade estabelecida entre ambos, pode ser vista paradoxalmente, como uma agravante ou uma mais-valia no processo de produção do espaço. Analisar as questões de apropriação do espaço e as perceções dos residentes face a essa apropriação determina esta investigação como benéfica num âmbito social, o que nos motiva nesta investigação.

## 1.2. Temáticas em análise

O **turismo** é atualmente, reconhecido como a maior indústria mundial (Hall & Page, 2002; Holloway, 2002), a generalizar-se de modos crescente e constante desde a segunda metade do século XX, o crescimento da atividade turística desde 1950 até à atualidade é evidente. A tendência de **urbanização** é também reconhecida a sua evidência junto da



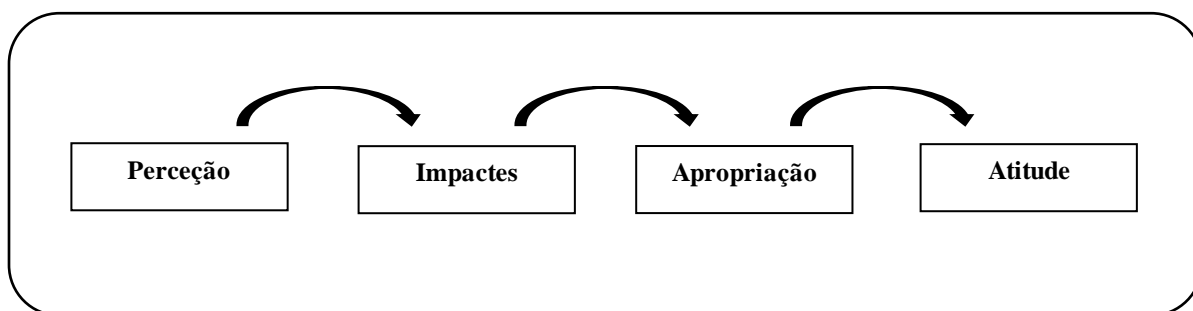
população, na medida em que, cerca de 50 por cento da população mundial reside em cidades ou lugares com características urbanas (Gaspar, 2005).

Em paralelo, o fenómeno do **turismo urbano** também apresenta um considerável crescimento (Buhalis, 2000; Griffin, Hayllar & Edwards, 2008). Este crescimento ocorre porque a cidade apresenta uma multifuncionalidade e diversidade atrativa, que atrai cada vez mais turistas, com múltiplas motivações e interesses (Ashworth & Page, 2011; Ashworth & Tunbridge, 2000). Esta multiplicidade de atrações faz do destino urbano o palco da **visita multiatração**<sup>2</sup> por excelência.

Como consequência, os destinos turísticos urbanos são alvo de múltiplos e exigentes desafios no âmbito da gestão, em resultado da competitividade e da sustentabilidade do desenvolvimento turístico. Esta preocupação resulta do papel dos turistas que ao procuram frequentemente novos destinos e produtos são cada vez mais experientes e mais exigentes quanto à relação qualidade/preço e à qualidade das atrações, dos serviços e dos destinos (OMT, 1998).

Portanto, “criar experiências memoráveis é a essência e a razão do setor turístico” (Pizam, 2010, citado por Tung & Ritchie, 2011, p. 1367). Mesmo que o seu estudo enfrente uma dificuldade definitiva (Hosany & Witham, 2010; Jennings, Lee, Ayling, Lunny, Cater & Ollenburg, 2009; O'Dell, 2007; Quan & Wang, 2004), o conceito de ‘experiência turística’ é central na investigação em turismo.

Intimamente ligados à experiência turística, os conceitos de apropriação, de perceção e atitude combinam-se na questão em estudo, a seguir abordada (Figura 1).



**Figura 1. Principais conceitos e interligações em estudo**

Fonte: Elaborada pelo autor.

---

<sup>2</sup> Viagem dirigida a múltiplas atrações do destino durante um único dia (Hunt & Crompton, 2008).

### **1.3. Definição do problema de investigação**

Após a análise do estado da arte tornou-se evidente que o turismo se assume, por um lado como um fenómeno de extrema importância para as cidades, por outro como um processo cada vez mais complexo, que requer um planeamento refletido com vista a alcançar a sustentabilidade, sem descuidar a vertente da competitividade no mercado global. Se num primeiro momento não se dá importância ao sistema de planeamento, onde o mesmo era visto como um obstáculo ao bom funcionamento do mercado, num segundo momento, a sua importância é reforçada, fruto sobretudo, do assumir da importância das questões ambientais no léxico político. O que determina que as modificações surtidas nas sociedades em termos políticos e económicos, tivessem fortes antécopes nas políticas e no planeamento a nível local. O planeamento do turismo surge como uma área de intervenção e estudo do planeamento urbano e regional. Neste contexto, encontram-se os centros urbanos, onde as modificações políticas e económicas se fazem sentir com mais pujança, aqui o turismo é, em muitos casos, utilizado como um meio para minimizar as consequências dessas transformações e o planeamento do turismo afirma-se não só importante como também necessário a nível local.

As inter-relações entre turismo e a comunidade são uma temática de investigação relevante nos estudos sobre o desenvolvimento do turismo. A maioria das investigações que labutam com esta temática reconhece explicitamente que as comunidades locais devem ser objeto de análise em termos de perceções, preferências e prioridades. No entanto, o reconhecimento da importância do envolvimento da comunidade local no processo de desenvolvimento dos destinos turísticos só será corretamente conhecido se estiver baseado em conhecimento.

Para dar resposta a esta instigação, nesta dissertação, apesar de já existir literatura que aborda a temática das perceções e das atitudes dos residentes face aos impactes do desenvolvimento do turismo, analisaremos a questão das apropriações espaciais, isto porque, por um lado, ainda existe uma grande lacuna no que diz respeito a estudos realizados sobre as questões das apropriações espaciais e como os residentes reagem a este processo. Por outro lado, também existem poucos estudos em destinos turísticos urbanos. Por outro, numa fase inicial deste estudo debateu-se a consciência de que os centros urbanos são também espaços considerados históricos, na medida em que são construções simbólicas e concretas

do e no espaço e que têm identidade, sentidos relacionais e históricos. O espaço urbano é, portanto, um espaço histórico e antropológico que traz subjacente o sentido de permanência (Augé, 1999) e é este, o sentido de permanência, que é variável e inconstante, que determina a própria percepção de apropriação dos espaços. Foram estes os fatores que motivaram a análise nesta dissertação das percepções e atitudes dos residentes face às apropriações dos espaços público.

Com a finalidade de orientar o decorrer deste processo de investigação elaboramos uma **questão** à qual pretendemos, findo o nosso trabalho, dar resposta. Assim sendo, concebemos a seguinte pergunta de partida: *Quais as percepções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por partes dos turistas?* Esta nossa interrogação vai ao encontro do papel da Sociologia na análise do espaço, nomeadamente ao “analisar a relação vivida com um determinado espaço, alicerçada nas suas práticas e nas suas utilizações, e ligada a uma conotação afetiva, mais ou menos pronunciada em termos de atração ou de repulsa” (Gonçalves, 2006, p. 121). É o espaço, portanto, um espaço de produção social que possibilita o encontro e trocas quer relacionais quer económicas mediadas pelas relações de poder (Clifford, 2008).

A presente investigação pretende analisar as questões referentes às apropriações dos espaços públicos por partes dos turistas, dando ênfase ao fenómeno do turismo urbano, avaliando os respetivos efeitos, nas dimensões sociais da cidade, ressaltando-se a importância da relação existente entre os seus intervenientes. Para concretizar esta análise, será pertinente uma abordagem inicial à cidade enquanto espaço público de lazer e portador de um património que se assume como uma forma de identidade e, por outro lado, produto turístico. A consciência patrimonial dos centros urbanos é o reflexo do passado plasmado no presente e, espera-se, vinculado ao futuro (Ashworth & Tunbridge, 2000).

Partindo de uma perspetiva onde o turismo é visto como um elemento da cultura humana (Nash & Smith, 1991), que atua no espaço, e sendo este um espaço simbólico e integrador (Castells, 1999), esta análise torna-se um meio para compreender a atualidade e o futuro do espaço urbano neste domínio, uma vez que se prevê que a atividade turística urbana continue a crescer. Pretende-se elaborar um estudo numa área ainda muito pouco conhecida como é o planeamento do turismo em centros urbanos, mas cujo conhecimento se afigura de grande importância para os próximos anos, visto que, é cada vez mais um dos produtos turísticos mais promissores, mas ao mesmo tempo um dos que requer maior

cuidado e estudo. Na medida em que o turismo urbano ocorre num espaço, onde o sentido de espaço é variável em função das relações dinâmicas entre os turistas, a comunidade local e as práticas sociais que resultam da atividade turística e determinam um novo sentido de identidade local (Waldren & Waldren, 1997).

#### 1.4. Objetivos da investigação

A investigação é desenhada no sentido de dar resposta à questão de partida por nós já enunciada e que servirá também como objetivo geral, dos qual podemos derivar um conjunto de objetivos de natureza mais específica. Assim sendo, o **objetivo geral** é analisar a perceção e atitude dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas.

Como **objetivos específicos**, foram definidos, a **nível teórico**:

- i. a possível associação dos impactes do turismo como influência da perceção da apropriação dos espaços públicos;
- ii. a interligação dos conceitos de perceção e atitude às questões da apropriação;
- iii. validação da importância da interação entre os residentes e os turistas enquanto fator que influencia, por um lado, a experiência do visitante, por outro, a gestão sustentável do destino.

A **nível empírico**:

- i. perceções dos residentes face à apropriação dos espaços por parte dos turistas;
- ii. avaliação das atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas.

#### 1.5. Processo metodológico

A relevância desta dissertação não se limita apenas à concretização dos objetivos descritos. A escolha da cidade de Aveiro, como área de aplicação, evidencia a importância deste estudo em termos de desenvolvimento turístico de um destino urbano. Aveiro, apesar de invocar potencialidades para o desenvolvimento turístico, destaca-se ainda como um dos destinos onde a atividade turística poderá apresentar um maior dinamismo.

No sentido de procurar atingir os objetivos pretendidos, delineou-se uma estratégia de ação, onde foi estabelecida uma área estudo, neste caso a cidade de Aveiro, onde se pretendeu analisar os impactes do turismo, no que diz respeito à questão chave desta investigação - apropriação dos espaços públicos -. Apesar da região apresentar formas de desenvolvimento e exploração do sector turístico diversificadas, acreditamos que as potencialidades únicas da região poderão ser integradas no setor de forma sustentável.

Numa primeira fase, procedeu-se a uma recolha e análise do estado da arte que respeita os conceitos chave desta investigação que serviram para solidificar a noção necessária para a componente empírica da presente dissertação. Numa segunda fase, procedeu-se à construção dos métodos de recolha de dados, numa quarta fase, procedeu-se à sua aplicação no terreno. Posteriormente, numa quinta fase, foram analisados todos os dados recolhidos, e plasmados os resultados, através de critérios quantitativos (grau de concordância - questionário) e critérios qualitativos (análises espaciais - entrevista). Numa sexta e última fase procedeu-se à concretização dos resultados e conclusões gerais, apresentando ainda possibilidades de sugestões e limitações encontradas no decorrer do processo.

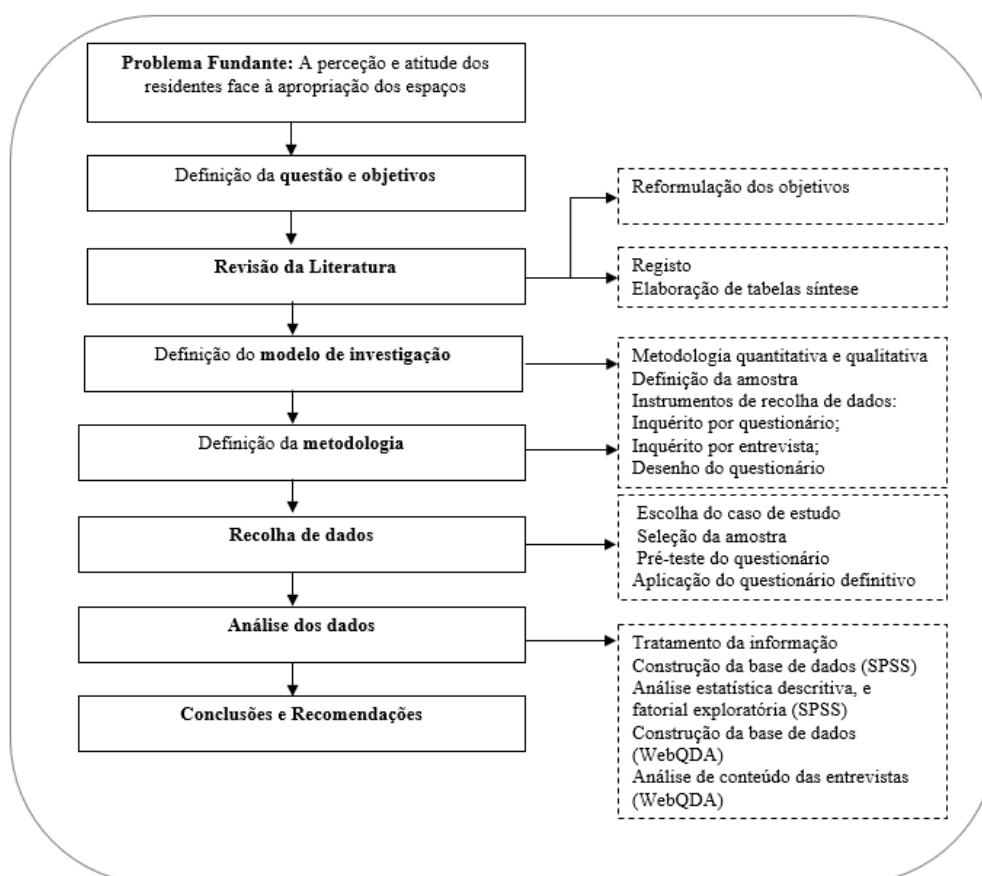
## 1.6. Processo de investigação

Partindo de uma posição filosófica **pós-positivista** (Usher, 1996), o estudo visa uma pesquisa aplicada e explicativa, para além de descritiva, com vista à explicação de padrões e tendências observadas (Veal, 1997). Optou-se por esta posição na medida em que, o turismo é analisado através de uma métrica clássica, com necessidade de dados claros, factos, metodologias estabelecidas e objetos de estudos definidos, ou seja, um método seguro que oferece certezas na investigação (Netto & Nascher, 2014). Pretende-se, também, compreender fenómenos sociais ocorridos através da ação humana e o seu conteúdo intencional, que indica o tipo de ação e/ou o significado de uma ação, que abrange o sistema de significados ao qual o indivíduo pertence (Schwandt, 2006). E para que determinada ação social seja entendida, é necessário que o investigador compreenda o significado que os atores atribuem à ação (Vergara & Caldas, 2005).

Optou-se por junção de abordagens com base num ***mixed methods*** (Gray, 2004; Jennings, 2001; Pizam, 1994), na medida em que, no contexto de investigação em turismo,

a técnica da observação é usada para analisar o comportamento dos turistas ou as reações das comunidades anfitriãs para com a atividade turística (Pizam, 1994). Ou seja, a observação permite que um “investigador estude comportamentos que têm lugar em diversas situações” (Karmanov, 2008, p. 23). No contexto desta investigação optou-se por análises estatísticas através de dados quantitativos - questionário por inquérito e análise de conteúdo através de dados quantitativos - questionário por entrevista.

O processo de investigação (Figura 2), explicita o desenho da pesquisa que está na base do presente estudo. A escolha e a exposição do problema ou questão constituíram, a primeira fase deste processo (Clark, Riley, Wilkie, & Wood, 1998; Jennings, 2001; Pizam, 1994; Veal, 1997). Com base na questão fundante - avaliação da perceção e atitude dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas - procedeu-se à revisão da literatura adequada com a questão em análise (Pizam, 1994; Veal, 1997), documentada nos Capítulos 2 e 3.



**Figura 2. Processo de Investigação**

Elaborada pelo autor.

A revisão da literatura permitiu, para além de esclarecer conceitos e delimitar a questão em estudo, a revisão e a operacionalização dos objetivos, no âmbito da definição do modelo de investigação - a metodologia a utilizar na investigação empírica -, como se descreve detalhadamente no Capítulo 5. Posteriormente, procedeu-se à pesquisa empírica, estruturada em três etapas principais: pesquisa de campo para recolha de dados; tratamento e análise da informação recolhida; e discussão dos resultados.

A recolha de dados primários teve por base dois instrumentos principais: o inquérito por questionário e por entrevista, em contexto urbano. A seleção do caso de estudo recaiu em Aveiro, que tem vindo a aumentar significativamente a sua capacidade de atração turística. A análise da informação recolhida na observação assentou essencialmente no tratamento estatístico e na análise fatorial. No âmbito da análise estatística de dados, evidencia-se o recurso à modelação exploratória com vista a apresentar relações multivariadas complexas entre variáveis observadas.

Por fim, espera-se que as conclusões e recomendações do estudo, com base nos resultados apurados, contribuam para um maior conhecimento do comportamento do turista urbano, nomeadamente no que diz respeito às questões de apropriação do espaço público, designadamente em Aveiro, estabelecendo, igualmente, de forma exploratória, uma inter-relação entre a perceção e a atitude do residente para com o turista e o turismo.

### **1.7. Estrutura da dissertação**

Esta dissertação está organizada em cinco partes. A primeira parte compreende, apenas, o presente capítulo, onde é feita uma descrição da temática desta dissertação, dos seus objetivos, relevância, metodologia e estrutura. A segunda parte é de natureza teórica e, expõe todo o quadro conceptual que se utilizou na abordagem do argumento central desta dissertação. Este quadro teórico foi organizado em dois capítulos. No segundo capítulo, apresenta-se uma análise conceptual do espaço, nomeadamente no que diz respeito às interdependências existentes entre o turismo e o desenvolvimento local. Procura-se igualmente clarificar as principais preocupações que deverão ser integradas em processos de desenvolvimento turístico das regiões de destino.

Nomeadamente, os impactes socioculturais (positivos e negativos) do turismo para os destinos, assim como as perceções e atitudes dos residentes face aos impactes do turismo.

A segunda parte, terceiro capítulo aborda a temática dos processos de reestruturação turística do espaço, aqui o fenómeno da gentrificação ganha destaque. Este fenómeno é rogado para explicar processos diversos de reestruturação urbana e até social, baseados em projetos e locais distintos. Onde a perceção do termo ganhou diversos “sinónimos”, que advêm das mudanças e intervenções de reestruturação urbana.

De seguida, o quarto capítulo, diz respeito à caraterização de Aveiro, desde caraterísticas sociodemográficas, oferta e procura turística. A terceira parte, capítulo quinto, diz respeito à metodologia utilizada, este capítulo de natureza empírica apresenta o universo amostral, a construção e implementação do questionário, assim como a justificação das análises estatísticas utilizadas, por último, a caraterização sociodemográfica dos residentes inquiridos é alvo de análise neste capítulo.

A quarta parte, sexto capítulo remete-se para a análise e discussão dos resultados obtidos com o trabalho empírico, os dados quantitativos e dados qualitativos são analisados em simultâneo, esta opção justifica-se como forma de aprofundar certas opções de resposta dos residentes obtidas pelo questionário, que só será possível com as entrevistas. Por último, a quinta parte, sétimo capítulo integra uma sistematização das principais conclusões obtidas, possíveis recomendações, contribuições desta investigação nos níveis teórico e empírico, uma breve apreciação crítica das limitações decorrentes de algumas decisões metodológicas adotadas e a identificação de futuras linhas de investigação sobre a temática investigada.



## **II. Estado da Arte**

## **Capítulo 2. Conceito de Espaço**

### **2.1. Introdução**

A literatura há muito que se tem debruçado sobre as questões do espaço e a suas mudanças conceituais. Neste contexto, destacamos três: a primeira é aquela que supera a dualidade e reconcilia lugares e espaços (Marrifield, 2002); a segunda consiste em deixar de compreender o espaço público enquanto coisa-objeto e interligar esta característica com os processos de produção espacial subjacentes à privatização (Capron & Haschar-Noé, 2007); por último, a terceira constitui o abandono da definição da qualidade de público do espaço ligada às características espaciais, dando ênfase à avaliação das dinâmicas e circunstâncias identificadas nos processos de produção espacial e valores de uso (Sabatier, 2007).

O espaço é um efeito da comunidade que o modifica, mas também de um impacto individual (Habermas, 1989; Kowalczyk, 2009) de processos como a privatização e a globalização que alteram os aspetos da vida socioeconómica e a estrutura espacial-funcional (Mierzejewska, 2011). Aqui, surge o turismo, enquanto atividade modificadora de espaços.

O termo turismo tem sido ativamente motivo de assunto corrente, a sua importância económica e a sua visibilidade à escala mundial tornam-no num fenómeno cada vez mais estudado. Intuitivamente, é associado à imagem de indivíduos que viajam para fora da sua residência habitual por motivos de férias e de lazer, cujas características variam de acordo com o motivo, a duração da mesma e o local de alojamento.

Contudo, o turismo nem sempre é associado a impactos positivos, dele advém impactos igualmente negativos, caso o seu desenvolvimento no espaço não seja adequado. Assim, neste capítulo vai-se explicitar numa primeira fase, uma série de conceitos que cabe clarificar, desde o que se entende por espaço público e as suas ramificações que divergem em espaço público e a cidade, identidade urbana e turismo. Posteriormente, dar-se-á ênfase ao turismo urbano, ao seu planeamento e qual o seu papel na mudança da política de desenvolvimento e processos de mudança urbana. Outro aspeto que analisaremos diz respeito aos impactos que esta atividade tem nas pessoas e no espaço, bem como o tipo de perceção e atitude que advém desses impactos junto dos residentes.

## 2.2. Espaço público

Os espaços públicos podem ser “territórios coletivos onde as pessoas prosseguem as atividades funcionais e rituais que unem uma sociedade, quer nas rotinas da vida quotidiana, quer em eventos cíclicos ou pontuais” (Carr, Francis, Rivlin, & Stone, 1992), “lugares urbanos abertos ao público que habitualmente congregam um elevado número de pessoas” (Barnett, 2003), “espaços que dão suporte, produzem, ou facilitam interações sociais e culturais” (Carmona, Tiesdell, Heath, & OC, 2003), “o espaço cívico do bem comum, onde existe uma conquista social, por oposição ao espaço privado dos interesses particulares” (Borja, 2006) e “espaços de propriedade pública, de acesso ilimitado, gratuitos, sem condicionamentos serão os espaços que melhor interpretam o conceito de espaço público” (Indovina, 2002).

O espaço público afigura-se em três dimensões, a dimensão funcional, social e simbólica (Indovina, 2002). A primeira diz respeito ao lugar onde ocorrem diversas atividades, a segunda diz respeito ao lugar vocacionado para a vida pública coletiva e a terceira ao lugar que concentra significados. Nesta perspetiva, o espaço público apresenta-se em duas componentes, a física e a social. Em termos físicos, “o espaço público não é um décor, mas sim a estrutura da cidade, o elemento aparentemente negativo, mas que é o mais duradouro do meio urbano” (Portas, 1987). Em termos sociais, “o espaço público incentiva a mistura social, faz do seu uso um direito de cidadania de primeira ordem, tendo o espaço público de garantir, em termos de igualdade, a apropriação” (Borja & Muxi, 2000).

Ao tentarmos caraterizar aquilo que é o espaço devemos ter em consideração as importantes contribuições teóricas de Henri Lefebvre, Manuel Castells e David Harvey. Se por um lado, eles denunciaram, e por vezes, negaram o carácter científico dos contornos ideológicos dos estudos urbanos existentes até então, por outro, também contribuíram para desconstruir radicalmente os conceitos vigentes ao substituí-los, de facto, as suas construções teóricas apresentam distintas particularidades e orientações. Contudo, partilham do mesmo princípio, com inspiração marxista, os três autores direcionam o seu foco aos conflitos sociais no espaço urbano e às relações entre o capitalismo e a urbanização.

As relações sociais ganham destaque, enquanto centro do processo de transformação espacial, os espaços não são neutros e não existem à partida, mas refletem e moldam a vida social (Lefebvre, 1991). O espaço não se caracteriza unicamente por ser uma montra das relações sociais, mas também por ser uma fonte de dinâmicas sociais. Ele representa a

cronologia espacial e social, na medida em que através do modo como o passado alcança o presente, o presente estabelece o necessário para construir o futuro. Portanto, deve-se entender a sociedade como um todo, para assim ser possível entender o espaço (Carr *et al.*, 1992).

Fará sentido caracterizar o espaço público enquanto espaço capaz de promover o conflito social e a aprovação de medidas em que se reinventam as maneiras de conviver na cidade (Harvey, 2003). Neste conflito dá-se ênfase à luta pelos espaços públicos, que de certa forma é a parte central da luta para a criação de espaços urbanos que visam a satisfação das necessidades humanas fundamentais. Quanto mais complexa e diversificada for a cidade, maior será a sua atratividade e oportunidades, o que possibilita a ocorrência de experiências cotidianas incertas que tanto atraem como afastam. Viver numa cidade significa, viver em comunidade e enriquecer-se mutuamente, os espaços públicos condensam e clausuram os traços distintivos da vida urbana, são os lugares de encontro onde os estranhos e os conhecidos se relacionam (Bauman, 2003).

Nos espaços públicos as ruas ganham importância na medida em que “uma cidade pode ser chamada de cidade apenas quando as suas ruas pertencem ao povo” (Friedmann, 1992, p. 100). Apesar da sua configuração orientada para a circulação de veículos, são lugares de encontro onde as pessoas as reclamam como o seu próprio espaço, celebrando a vida, convivendo, atribuindo à cidade uma componente política, uma memória e um nome.

O “direito à cidade” não significa o direito de usar o que já existe no espaço urbano, mas sim o direito de mudar a cidade (Harvey, 2003, p. 939). Podemos elencar duas situações que representam o direito ao espaço público como uma prioridade, a primeira quando as pessoas protestam contra o Estado e a segunda quando celebram festividades populares (Friedmann, 1992). Contudo, em muitas cidades estes momentos estão a tornar-se em memórias ilustres de um direito ocultado à população (Friedmann, 1973, 1992).

O direito à cidade que muitas vezes é negado às classes, grupos e indivíduos quando impedidos de participar da apropriação coletiva do espaço (Lefebvre, 1991). Neste contexto, e contrariamente à apropriação turística, a apropriação do espaço urbano refere-se ao direito à residência, de um espaço de habitação e intimidade na cidade de que é titular todo aquele que nela vive, o direito de ser-se cidadão, o que inclui o desenvolvimento de um processo de cidadania urbana que compreenda a participação da população na gestão da cidade

(Lefebvre, 1991). Por último, engloba o direito de participar nos perímetros de comunicação, informação e troca próprios à vida urbana (Lefebvre, 1991).

O espaço e aquilo que é considerado como espaço é cada vez mais um assunto presente, em grande parte, devido ao processo de globalização, homogeneização social e fragmentação regional (Thrift, 1996). Neste seguimento, dá-se importância àquilo que é o confronto do global *versus* local, o foco local ganha ênfase, apesar da existência de outros focos, entre os quais as relações homem-natureza (Corrêa, 1987). Aquilo que se conhece como espaço apresenta distintas realidades socio-espaciais, resultantes de uma combinação singular de variáveis datadas cronologicamente, determinando um tempo espacial próprio para cada lugar, onde cada lugar é considerado como um centro urbano funcionalmente articulado, organizado e especializado sobre a influência de importantes factos históricos (Santos, 1996).

Os limites territoriais do próprio espaço resultam de processos e interações económicas, culturais e políticas, umas vezes espontâneas, outras forçadas, com diferenças marcantes entre si, tanto na forma de ocupação, como na atratividade, são como uma zona de fronteira, espaço-teste de políticas públicas de cooperação e integração, espaço exemplo das diferenças, expectativas e transações (Santos, 2001).

As formas de coordenação entre organizações sociais, agentes económicos e representantes políticos, locais e regionais, devem procurar superar a visão estritamente sectorial do desenvolvimento e adequar o desenvolvimento produtivo, local e regional (Silva, 2003). Neste contexto, é pertinente falar de região, o que tem sido alvo de diversas e novas possibilidades de interpretação, podendo ser considerado como o *locus* privilegiado onde ocorrem processos de acumulação de capital, relações sociais e expropriação. A região pode ser entendida como o espaço da construção da identidade definido através de um conjunto específico de relações culturais entre grupos (Matos, 2005).

O espaço pode também ser considerado como algo da natureza, algo “naturalizado” (Harvey, 1990, p. 188) ao qual se atribui sentidos e “tem direção, área, forma, padrão e volume” (Harvey, 1990, p. 188) e, portanto, pode ser apreendido através dos sentidos. Contudo, “a nossa experiência subjetiva pode nos levar a domínios de percepção, de imaginação, de ficção e de fantasia que produzem espaços e mapas mentais como miragens da coisa supostamente real” (Harvey, 1990, p. 188), ou seja, o espaço também pode assumir um carácter prospetivo que vai para além dos atributos concretos.

Existe uma clara dificuldade em se atribuir um conceito a espaço, isto deve-se às contradições que ocorrem no espaço geográfico e que “não advêm da sua forma racional, elas advêm do conteúdo prático, social e capitalista, neste plano, percebe-se que a classe dominante, dispõe de um duplo poder sobre o espaço” (Lefebvre, 1991, p. 57). Além destas contradições devemos ter em consideração aquilo que é o “espaço percebido, concebido e vivido” (Lefebvre, 1991, p. 57).

O primeiro, diz respeito ao espaço que tem um aspeto perceptível e que pode ser apreendido através dos sentidos, esta percepção constitui-se como uma prática social do espaço e está relacionada diretamente com a materialidade dos elementos que constituem o espaço. O segundo, diz respeito ao espaço que não pode ser percebido como tal sem ter sido concebido previamente em pensamento. Por último, o terceiro, diz respeito ao espaço onde ocorre a experiência vivida através da prática da vida cotidiana (Lefebvre, 1991).

Na complexidade deste tipo de espaços ocorrem os relacionamentos que se configuram em práticas sociais e na diversidade de identidades, o que leva à necessidade de produzir, isto porque, o homem para produzir precisa de transformar o espaço natural num espaço apropriado à produção. Efetivando que a produção e a transformação sejam indissociáveis, até porque o ato de produzir “é ao mesmo tempo, o ato de produzir espaço” (Santos, 1996, p. 163). Isto é, o homem produz o espaço de acordo com as suas necessidades, e ao produzir, produz a sua própria identidade, inserindo no espaço elementos que o identificam, esta produção é vista como a produção da sua existência (Fernandes, 1992).

Em suma, a compreensão do significado do espaço deve ter em conta as relações sociais e espaciais que nele ocorrem, quando se pretende atribuir uma definição a espaço devemos ter em consideração que “o espaço que nos interessa é o espaço humano ou o espaço social” (Santos, 1996, p. 120). Nesta perspetiva, e ao considerarmos o espaço como o local de residência, de vida, de trabalho e de lazer devemos ter em atenção que “o espaço deve ser considerado como um conjunto de relações realizadas através de funções e de formas que se apresentam como testemunho de uma história escrita por processos do passado e do presente” (Santos, 1996, p. 122) e de relações que materializam no espaço novas funcionalidades para usos diversos.

O espaço público entendido desta forma é um efeito da comunidade que o modifica, mas também de um impacto individual (Habermas 1989; Kowalczyk 2009), muitas vezes, afetado por processos como a privatização e a globalização que alteram os aspetos da vida

socioeconómica e que influencia a estrutura espacial-funcional e a qualidade de vida dos residentes (Mierzejewska, 2011).

### **2.2.1. Espaço público e a cidade**

O espaço urbano pode ser caracterizado em função do princípio de distinção entre as zonas rurais e as zonas urbanas, onde o fator de distinção são as atividades produtivas e as suas respetivas funções, neste sentido as cidades abrangem funções como a indústria e serviços, por outro lado, as áreas rurais abrangem atividades de produção primária (Tulik, 2003). Portanto, aquilo que é considerado urbano é característica intrínseca à cidade em oposição ao rural (Talaska, Silveira, & Etges, 2014).

A cidade mantém o seu domínio sobre o campo, através do consumo, onde a produção é centrada no campo e a cidade é vista como um espaço não-produtivo privilegiado (Lefévre, 1969). O que determina a cidade como uma organização sócio-espacial que procede à extração regular de produtos do campo e transforma-os em garantia alimentar (Singer, 1973). A questão da produção ganha ênfase, na medida em que, no momento em que da mesma forma que os modos de produção caracterizam a história, as formações sociais caracterizam-se em função do espaço (Santos, 1982). Isto é, a configuração territorial é dada pelas obras, que é cada vez mais o resultado de uma produção histórica que nega a natureza natural, substituindo-a por uma natureza humanizada (Santos, 1996). Compreende-se daí que o espaço urbano não é estático, pelo contrário, está em constantes transformações impregnadas pelas relações sociais (Bastos & Rueckert, 2011).

O espaço urbano “engloba o que se deixa integrar, assim como os processos integradores que são tanto os processos compreendidos e percebidos como aqueles que são apenas imaginados” (Lefebvre, 1991, p.57). Os efeitos da globalização determinam os conflitos sociais e materiais que integram os espaços urbanos e que envolvem o fenómeno turístico. Devemos considerar três aspetos importantes na compreensão daquilo que é o espaço urbano, o primeiro “a disposição dos objetos, as equipas de trabalho, as paisagens e a arquitetura”, o segundo “o conhecimento sobre as regiões, a imagem das cidades e a percepção dos arredores”. (Shields, 1998, p. 147) e o terceiro, o urbano é o lugar onde de fato o homem vive em sociedade (Souza, Bahl, & Kushano, 2013).

Estes aspetos caracterizam não só o espaço urbano como também a própria sociedade urbana e a constituição das cidades (Lefebvre, 2008). Como tal, “é a cidade no seu conjunto

que merece a consideração do espaço público” (Borja, 2003, p. 119). A expressão sociedade urbana “não pode ser empregue a propósito de qualquer cidade, na perspectiva assim definida ela designa uma realidade em formação, ou seja, a sociedade urbana não se encontra acabada, ela faz-se” (Lefebvre, 2008, p. 81). Não obstante, o espaço urbano é visto como “lugar de encontro, convergência de comunicações e informações (...) lugar de desejo, desequilíbrio permanente, sede da dissolução de normalidades e pressões (...) movimento, improvisação, possibilidade e encontros” (Lefebvre, 1974, p. 157).

A cidade apresenta três características: a primeira, a cidade é um objeto espacial que ocupa um espaço bem distinto, onde as relações entre dois espaços - o urbano e o rural - dependem das relações de produção, a segunda, a cidade é a medida entre uma ordem próxima e uma ordem distante, onde o próximo é o campo circundante que ela domina e organiza, e a ordem distante é o conjunto da sociedade - capitalista - e a terceira, a cidade é uma obra, onde o espaço é organizado e edificado segundo exigências éticas, estéticas e ideológicas do momento histórico em que são enraizadas (Lefebvre, 2008).

O espaço urbano é dinâmico e é a base socioeconómica de uma sociedade, onde se estabelecem as práticas sociais originadas das experiências no espaço, no tempo e nas relações com os outros (Souza, Bahl, & Kushano, 2013). Paralelamente, o modo de organizar o espaço físico da cidade tem-se alterado, as cidades estão a desvincular-se das suas relações regionais dando lugar à formação de um espaço estruturado numa proeminência em que “as cidades se articulam entre si e com vínculos territoriais cada vez mais imprecisos” (Moreira, 2006, p.82).

Nesta perspectiva, a cidade é uma complexa criação da sociedade, que possibilita os seus processos sociais e a sua configuração física vai refletindo a mudança desses processos, que estimula e organiza os modos de vida, os comportamentos e impregna os sucessivos modos de transformação urbana (Pereira, 1994). Neste contexto de transformação urbana, as próprias cidades constituem-se como atores (Castells, 1993), onde a relação entre os processos sociais e os espaços onde estes se desenvolvem são orientados pelos valores, ideias, modelos de modernidade e de progresso (Pereira, 1994).

Quando pensamos atribuir significado à cidade, devemos ter em consideração a dinâmica que a caracteriza e que influencia as diferentes maneiras de atribuir-lhe conceito. Até porque, as cidades “extrapolaram o momento histórico específico que as gerou e passaram a povoar um imaginário que viria a constituir os signos urbanos” (Gastal, 2006, p.



62). Nesta perspetiva, “o espaço público deve ser considerado fundador da cidade (poder-se-á dizer em todas as épocas e em todos os regimes); no fundo, o espaço público é a cidade” (Indovina, 2002).

A cidade foi idealizada de diferentes maneiras a cada tempo histórico distinto de acordo com as possibilidades imaginárias em dado momento. Assim, cada grupo constrói um espaço próprio que se caracteriza por representar a sua forma de viver e de se relacionar. Estas transformações espaciais ocorrem quando o homem habita o espaço físico e o modifica, como tal, o espaço vai adquirindo características físicas e simbólicas que o tornam único, singular e identitário (Gastal, 2006). Portanto, o espaço urbano é um espaço complexo, com inúmeras possibilidades de interpretação e que a nível físico e estrutural, reflete o modo com que as cidades potenciam o fenómeno social denominado turismo (Souza, Bahl, & Kushano, 2013). Aqui, as comunidades locais detêm um papel crucial para o sucesso da atividade, na medida em que assumem o papel de protagonistas na imersão dos turistas em experiências autênticas e únicas (Ashworth & Tunbridge, 2000).

Os elementos urbanos quando se relacionam obtêm novos significados, o que resulta numa diversidade de interpretações, ao se considerar o turismo urbano, estes significados apresentam uma nova realidade, até porque surgem novos leitores com um olhar diferente do olhar cotidiano do residente (Bastos & Rueckert, 2011). Contudo, há uma adequação e renovação da cidade na tentativa de responder à procura por parte destes consumidores do espaço urbano (Bastos & Rueckert, 2011).

Existe uma evolução das atividades económicas relacionadas com este fenómeno o que resulta em novas formas e práticas urbanas, onde “a aparência da cidade e o modo como os seus espaços se organizam formam uma base material a partir da qual é possível pensar, avaliar e realizar uma gama de possíveis sensações e práticas sociais” (Harvey, 1990, p. 62). Aqui, prevalece o controlo dos proprietários políticos e económicos sobre a cidade, na medida em que querem convertê-la em valor de troca, numa tentativa desenfreada de anular a sua configuração e valor de uso (Delgado, 2013), esta tentativa de conversão coloca em causa o “direito à cidade” (Lefebvre, 1969) na medida em que, “o urbano é o reino do uso, isto é, da troca e do encontro libertos do valor de troca” (Lefebvre, 1978, p. 167).

O espaço urbano é o resultado de um processo social de produção (Lefebvre, 1991), o espaço está em constante reconstrução impulsionado por um conjunto de relações sociais, as quais podem assumir o sentido de produto ou de obra. Se por um lado, o espaço estimula

valores de uso e favorece condições para a criatividade humana ele revela-se como obra. Por outro, o espaço estimula valores de troca e favorece condições que reduzem o espaço a um simples produto. Neste sentido, a produção do espaço resulta num desequilíbrio das qualidades do mesmo, uma vez que potencia os valores de troca em prejuízo dos valores de uso. Assim, a luta social pelo direito à cidade é um desafio à soberania da obra sobre o produto (Lefebvre, 2000).

A transformação do espaço em produto com vista a dominar o espaço para os interesses dos próprios sujeitos ocorre porque “um grupo, uma classe ou uma fração de classe não se constitui a si nem se reconhece enquanto sujeito coletivo senão através da produção de um espaço” (Lefebvre, 1991, p. 478). Esta transformação muitas vezes reflete-se numa predominância face à restante comunidade. Porém, devemos ter em consideração que este tipo de estratégias hegemônicas de produção espacial encontram resistência, na medida em que as estratégias de apropriação do espaço são também desenvolvidas por atores coletivos não hegemônicos (Lefebvre, 1991).

Assim, o processo de produção espacial é vinculado à luta social e é através da luta social que se impõe resistência em realçar as diferenças que fazem com que uma obra espacial se torne peculiar e única, o que permite a absorção, integração e eliminação das diferenças (Lefebvre, 1991). Nesta perspetiva, o espaço urbano corresponde ao espaço vivido pelos sujeitos, a um conjunto de lugares que apresenta diversas funções e a territórios de apropriação e de simbologias, vividas, construídas e partilhadas pelos atores sociogeográficos que lá vivem (Bomfim, 1997).

### **2.2.2. Identidade urbana**

As identidades dos lugares são descritas na literatura de diferentes maneiras, por um lado, a identidade urbana é principalmente centrada nas características do local, incluindo os elementos físicos e o modo de como eles são organizados, esta junção de características denomina-se por identidade espacial, o que permite a um lugar ser distinguido de outro (Lynch, 1960). Por outro lado, a identidade urbana pode ser caracterizada pelo seu caráter espacial de lugar, incluindo as memórias e os significados simbólicos associados ao espaço numa vertente sociocultural, a identidade neste sentido, refere-se às características percebidas do lugar (Bernardo & Palma, 2012). Contudo, o espaço urbano tem sido caracterizado de forma homogénea, isto é, a investigação urbana tem sido dominada pelos

estudos de grandes cidades globais com “o intuito de realizar representações de urbanidade generalizáveis” (Bell & Jayne, 2009), colocando de parte a asserção de que cada cidade se caracteriza pela sua heterogeneidade.

A identidade, no seu conteúdo, compreende o significado da identidade de um grupo, ou seja, refere-se às características físicas e sociais de um lugar e determina a singularidade dos seus moradores. A comunidade residente, por sua vez, quando se identifica com um local, cria um auto-estereótipo que inclui valores e normas associados a esse conteúdo e o comportamento é consistente com o conteúdo (Brown, 2000). Da mesma forma, quando um observador identifica um lugar com uma identidade específica, essa identidade é baseada nos conteúdos significativos que tornam o local único (Loupa-Ramos, Bernardo, Ribeiro, & Eetvelde, 2016).

A compreensão do conteúdo é crucial para perceber até que ponto as mudanças nos locais podem afetar a identidade dos residentes (Gu & Ryan, 2008; Twigger-Ross & Uzzell, 1996). Neste seguimento, o conteúdo da identidade deve ser tido em conta aquando de um possível processo de renovação urbana, isto porque, processos deste tipo podem potenciar impactes nos aspetos da identidade, na continuidade, autoestima, distinção e autoeficácia da comunidade (Twigger-Ross & Uzzell, 1996). As mudanças no local exigem uma reestruturação da identidade pelos residentes que se identificam com o local (Wang & Chen, 2015). Até porque, as mudanças sociais num espaço podem ser vistas como ameaças à identidade, no sentido em que uma reestruturação social da comunidade pode levar a uma reestruturação da identidade do local (Bernardo & Palma, 2005; Dixon & Durrheim, 2000).

O conteúdo da identidade de um lugar, pode ser categorizado em dimensões como a história, os símbolos, os ícones culturais, o ambiente físico (Reicher & Hopkins, 2001), ou em conteúdos ora individuais ora sociais ou motivações (Droseltis & Vignoles, 2010). Os conteúdos de identidade do lugar apresentam múltiplas dimensões de identidade que podem ser organizadas em quatro categorias principais: estrutura urbana, ambiental, individual e social (Coelho, 2014), as duas primeiras categorias referem-se às características físicas do lugar, são geralmente analisadas como cenário de inter-relações sociais (Stedman, 2003), o que determina a importância da estrutura e infraestrutura urbana como bases para promover a interação social (Bernardo & Palma, 2012) e que são também fatores importantes que determinam a identidade e a satisfação do local (Coelho, 2014; Scannell & Gifford, 2010).

A terceira, a categoria individual é o resultado da interação individual com um lugar específico e apresenta-se como uma conexão emocional com o lugar, o que inclui a história pessoal, as memórias, a componente geracional (Lewicka, 2010), a dimensão da familiaridade com o espaço (Lalli, 1992) e a dimensão temporal (Bernardo & Palma, 2005; Twigger-Ross & Uzzell, 1996). Apresenta ainda variáveis como tempo de residência, mobilidade, identidade social e idade (Hernández, 2007; Lewicka, 2011). Por último, a quarta, a categoria social inclui os aspetos do lugar que são o resultado de uma construção social, o produto de um comportamento partilhado e processos culturais. Existem fatores internos e externos a serem considerados nesta categoria, os primeiros incluem os laços estreitos com os vizinhos ou a componente geracional (Lewicka, 2011), tradições, eventos sociais (Low, 1992) e a perceção da homogeneidade social (Bonaiuto, 2006), os segundos incluem o prestígio e a imagem externa do lugar (Valera & Guárdia, 2002).

Paralelamente à relação existente entre as propriedades físicas do lugar, das atividades e dos significados associados é possível organizar as quatro categorias de conteúdos identitários em dois grupos principais, o primeiro diz respeito aos atributos físicos do espaço (conteúdos funcionais e ambientais) e o segundo diz respeito à relação dos usuários com o espaço, ou seja, as atividades e os significados que ocorrem no local (Canter, 1977).

O lugar pode ser visto como o espaço onde se pode adquirir tanto identidades como atores. Isto porque, "o conteúdo das identidades não é fixo nem predeterminado" (Abdelal, 2006. p. 6), esta perceção é mutável e altera-se em função de fatores externos à própria identidade, entre eles o fator tempo, onde a identidade pode mudar ao longo do tempo ou no mesmo período pode ser diferente para diferentes grupos com diferentes tipos de apropriação do espaço. Contudo, mesmo que um grupo partilhe a mesma perceção de um lugar, existe sempre um certo grau de discrepância entre os indivíduos, ou entre um indivíduo e o grupo (Palmer, 2013; Wang & Chen, 2015).

#### **2.2.2.1. Identidade urbana e turismo**

Existem diferentes graus de envolvimento que estão relacionados com diferentes formas de captar e apropriar a identidade urbana. Neste sentido, os lugares podem ser percecionados com diferentes significados e identidades o que muitas vezes pode ser contraditório e conflituante (Harner, 2001). Deve-se ter em consideração nos locais dotados

de uma forte atratividade turística aspetos como: o tipo de relação entre a identidade da comunidade residente e os turistas (Gu & Ryan, 2008), a possibilidade de ocorrência de conflitos entre os dois grupos e, por último, o turista como parte integrante da identidade dos residentes (Palmer, 2013).

Podem ocorrer dois tipos de apropriação do espaço, a interna e a externa, a primeira refere-se às pessoas que vivem ou trabalham no local, a segunda refere-se aos turistas, especialistas e decisores. A apropriação por estes grupos ocorre em função das diferentes origens sociais e culturais e diferentes graus de especialização em questões urbanas, neste contexto apresenta-se uma clara distinção entre usuários e especialistas, o nível de envolvimento ou penetração no cenário também deve ser considerado (Barker, 1987).

A questão da identidade urbana associada ao turismo é pertinente pelo fato de que, atualmente, destaca-se como principais aspetos valorizados pelos turistas a autenticidade e a singularidade do lugar, ou seja, a identidade. Neste contexto, surge o consumo de áreas urbanas que, pela sua essência, funcionam como uma das principais atrações turísticas dos nossos dias (Eusébio & Carneiro, 2012).

A correlação entre o crescimento do turismo e a preservação e apropriação da identidade é clara, e como tal, deve-se ter em conta os seguintes aspetos que determinam, não só o sucesso como também a sustentabilidade do destino aquando de um processo de apropriação identitária, social e espacial, o primeiro refere-se aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo (Archer, 2005; Mason, 2003; Oviedo-Garcia, 2008; Swarbrooke, 1999), o segundo à perceção dos residentes face aos impactes do turismo (Andereck, 2005; Besculides, 2002; Tosun, 2002), o terceiro á tentativa de conseguir-se o apoio dos residentes para o desenvolvimento e planeamento da atividade turística no destino (Oviedo-Garcia, 2008; Palmer, 2013). Isto porque, o apoio dos residentes torna-se essencial para os gestores responsáveis pelo planeamento do turismo e o seu desenvolvimento (Oviedo-Garcia, 2008), a necessidade de envolver os residentes com a atividade turística caracterizará os próprios residentes como embaixadores turísticos do seu local de residência (Palmer, 2013). Caraterizando deste modo os residentes como importantes *stakeholders* da atividade turística, influenciando o processo de desenvolvimento dos próprios destinos turísticos (Eusébio & Carneiro, 2012).

O quarto refere-se aos conflitos emergentes entre a conservação do património e o desenvolvimento do turismo e como o planeamento pode conciliar esses dois aspetos

(Campbell, 1996; Jepson, 2001; Nasser, 2003), uma vez que a relação entre o desenvolvimento do turismo e a comunidade local é por vezes conflituosa, na medida em que o turismo pode ser visto como uma ameaça e / ou descaraterização dos valores locais existentes, modos de vida e vinculação local (Gu & Ryan, 2008; Healey, 2005). Neste contexto, o interesse turístico pela preservação do património constitui-se na “preservação ativa do bem patrimonial” (Pellegrini, 1993, p. 111).

A valorização dos bens patrimoniais, a nível local, pode ocorrer de duas formas, a primeira através da auto-consciencialização da comunidade residente da importância dos bens culturais e patrimoniais que se encontram na localidade onde residem. A segunda, e em sentido inverso, quando a comunidade residente percebe a possibilidade de desenvolvimento social e económico através da atividade turística, o que desperta a necessidade de valorizar, preservar e conservar (Pellegrini, 1993). Nesta perspetiva, a noção de património não deve limitar-se apenas às construções históricas ou culturais, mas também “inclui outros produtos do sentir, do pensar e do agir humanos” (Pellegrini, 1993, p. 92).

O processo de produção do espaço na cidade tem sido alvo de contradições, conflitos e lutas sobre os espaços públicos e o direito de igualdade sobre a propriedade de uso comum (Konzen, 2010), no decorrer deste processo podemos referir duas tipologias de espaços, espaços de repressão e espaços públicos direcionados para a prestação de serviços, mobiliário urbano e infraestruturas básicas (Donovan, 2008). No que diz respeito à repartição de espaços públicos enaltece-se a existência de contradições no que diz respeito às dicotomias espaciais, o que consolida: formal versus informal; central vs. periférico; residenciais vs. bairros; acessível vs. não acessível; turista vs. não-turista, o que possibilita a própria repartição e usos do espaço (Konzen, 2013).

Porém, num espaço direcionado para a atividade turística pretende-se uma homogeneização do público para garantir a obtenção de mais lucros do que a presença de diferentes públicos. Como resultado, os espaços públicos devem ser geridos de forma a favorecer certos objetivos funcionais, como a segurança, o espetáculo, o entretenimento, o conforto, a beleza e o consumo (Konzen, 2013). O processo de produção espacial resulta na modificação das cidades em produtos orientados para o mercado de consumo, onde a criação de atrações turísticas no espaço urbano conduz ao desenvolvimento socioeconómico do próprio espaço. Aliás, o desenvolvimento turístico é muitas vezes partilhado como algo que está ausente de consequências negativas, e que potenciaria a coesão social, a melhoraria da

qualidade dos espaços públicos urbanos e contribuiria para a proteção do ambiente natural e para a preservação do património histórico (Konzen, 2010).

Contudo, a indústria do turismo explicita a sobreposição dos interesses económicos aos interesses sociais dos espaços públicos urbanos. Porém, se este interesse estiver de acordo com a receita hegemônica as consequências positivas estão garantidas (Konzen, 2010). Esta sobreposição implica novos e reforça antigos padrões de exclusão de espaços públicos da cidade (Konzen, 2010). Na medida em que os espaços destinados ao turismo são: “um perímetro bem definido que separa o espaço turístico do restante da cidade” (Judd, 1999, p. 36). Surgindo assim dois espaços destintos, as zonas turísticas e as não-turísticas, as zonas não-turísticas, cujo financiamento e gestão dependem dos recursos municipais estão suscetíveis a serem negligenciados, ao contrário das zonas turísticas. Este processo apresenta-se como uma contradição entre as zonas turísticas e não-turísticas da cidade, o que pode ser visto como um processo de exclusão que visa unicamente a transformação da cidade em destinos turísticos competitivos e atrativos (Eisinger, 2000).

Portanto, a formação e a possibilidade de apropriação de espaços - turísticos - por um estrato social financeiramente confortável, significa a exclusão dos ocupantes anteriores daquela área, ou seja, a sua erradicação (Furtado, 2014). Esta realidade deriva do desenvolvimento de mudanças económicas e sociais que estão relacionadas com as alterações na estrutura do mercado de trabalho, da crescente divisão social, da estrutura de preços do solo e da distribuição de riqueza, características do capitalismo (McDowell, 1982).

A partir de uma ótica geográfica, podemos observar grande dinamismo espacial entre o turismo e o território, o que pode resultar em quatro tipos de cenários. O primeiro, a estagnação de certos espaços turísticos que se traduz por poucas alterações, um fenómeno raro de ocorrer, o segundo, a deterioração e transformação de tradicionais espaços turísticos que acabam por perder a sua função principal, o terceiro, a produção de espaços, totalmente artificiais, onde a natureza não desempenha nenhum papel, podendo até ser recriada, por último, o quarto, a produção de novos espaços nas áreas naturais mais recônditas do mundo, onde o turismo pode ser reconhecido como verdadeiro processo civilizatório (Rodrigues, 1997; Silveira, 2013).

Como influência, o turismo tem um papel ativo nas transformações do espaço urbano. Na medida em que é visto como uma atividade de alcance social, económico, ambiental e cultural. Como tal, as formas de organização de produção desta atividade fazem surgir

alterações no espaço urbano o que se reflete na forma do planeamento do espaço (Bastos & Rueckert, 2011). Nesta lógica, o espaço urbano turístico trata-se de uma criação de espaço produzido e produtivo que do ponto de vista de uma análise espacial a relação entre turismo e urbano, pode ser analisada em duas vertentes, a primeira, o urbano antecede ao aparecimento do turismo e a segunda, o processo de urbanização é, simultaneamente, um processo de urbanização turística do lugar (Cruz, 2000).

Como tal, o planeamento territorial deve ser ajustado á realidade urbana, na medida em que é o reflexo da sociedade com base em formas herdadas do passado, onde o espaço público volta a ter um papel importante no planeamento urbano (Portas, 1987). As formas espaciais da organização urbana atual apresentam uma funcionalidade efetiva em termos económicos e/ou valores simbólicos, o que justifica a sua permanência no espaço (Corrêa, 1987). Contudo, as marcas do passado fixadas no espaço podem ser denominadas como crespidades e a sua presença acaba por condicionar o quotidiano (Santos, 1978).

Da mesma forma que o desenho do espaço urbano deve respeitar as heranças do passado, as novas intervenções devem obedecer ao contexto existente, á diversidade de funções urbanas no espaço coletivo, devem encorajar a liberdade de circulação no espaço público, satisfazer as necessidades de fruição e evitar transformações em grande escala e/ou em simultâneo (Tibbalds, 1988). Até porque, os turistas não condicionam o espaço e nem o espaço deve ser alterado em função destes. Isto é, os padrões de movimento dos turistas, em espaços de interesse visitável, não são afetados pelas características urbanas, pelo contrário, os seus padrões de movimento seguem uma lógica sintática global do espaço e correlacionam bem o grau de integração do espaço, como acontece com os residentes (Gospodini & Loukissas, 1998).

Nesta linha de pensamento, surgem duas premissas, fundamentais para que existe um adequado uso da identidade local, no contexto turístico, a saber: a primeira, o processo de planeamento urbano na construção da cidade moderna é crucial e deve obedecer a linhas orientadoras que propiciem um espaço detentor de vitalidade, sensação, adequação, acesso e controlo (Lynch, 1990). A (re)construção de espaços públicos turísticos de qualidade, devem munir-se de vivência, de identidade e controle, acesso a oportunidades, imaginação, distração, autenticidade, significado, vida pública e comunitária, autoconfiança urbana e o bom ambiente geral (Jacobs & Appleyard, 1987), até porque o destino é cada vez mais visto como um conceito de perceção (Buhalis, 2000).



A segunda, a educação para o turismo, a formação dos residentes para as questões do turismo, devem focalizar-se no contexto de cada comunidade, localidade e residente em particular, com o objetivo de formar os indivíduos para a consciência da importância do seu património histórico e natural e ainda para os possíveis impactos negativos resultantes do turismo. A formação para estas questões é determinante, na medida em que, os residentes devem assumir um papel ativo de responsabilidade e colaboração para que se alcance o objetivo de um o turismo sustentável, que seja compatível com os contornos da região e que contribua para a qualidade de vida dos residentes, sem nunca colocar em causa as características identitárias da região (Nascimento & Araújo, 2010).

### **2.3. Turismo urbano**

O surgimento do turismo urbano está associado á implementação de estratégias de revitalização destinadas a trazer capital e pessoas à cidade (Lees, 2008). A este respeito, é possível notar que “é cada vez mais difícil distinguir o visitante dos "locais", isto porque os setores do lazer, entretenimento e cultura são sustentados quer por moradores locais quer por visitantes” (Judd, 2003, p. 31). Numa perspetiva urbana, podemos considerar o turismo como a soma dos fenómenos e relações que surgem da interação entre turistas, comerciantes, governos e comunidades anfitriãs (McIntosh & Goeldner, 1990), numa perspetiva global, o turismo é tudo e tudo é turismo (Mowforth & Munt, 1998). Não obstante, devemos ter em consideração outra particularidade, a premissa fundamental que sustenta este fenómeno é fundamentalmente política (Novy & Colomb, 2016). Consequentemente, o turismo urbano é cada vez mais reconhecido como uma consequência e inerência política (Burns & Novelli, 2007; Hall, 1994).

Atualmente existem poucos lugares que cujas culturas, economias, relações sociais e dinâmicas espaciais não sejam afetadas pelo turismo a sua influência na sociedade é vista como uma força social (Novy & Colomb, 2016), o “olhar” (Urry, 1990) quer de consumidores, empresários e decisores políticos é cada vez mais moldado pelo turismo. Neste contexto, surgem os espaços urbanos, os espaços urbanos são historicamente um dos mais significativos destinos turísticos (Karski, 1990). O turismo urbano é uma das estruturas que definem a cidade pós-moderna, é uma forma complexa da vida pós-moderna, produto de complexos fatores que se interligam no sentido e significado da vida quotidiana (Urry, 1990; Peck, 1989). O consumo destes espaços ocorre por influência da tomada de

consciência das diferenças e da valorização das especificidades culturais pelos turistas (Ritzer, 1996 ).

Como resultado do aumento da mobilidade global, da espontaneidade entre viagens, lazer e migração, da anulação da divisão convencional entre trabalho e lazer, da mudança nos padrões de consumo e preferências e dos limites entre práticas turísticas e não-turísticas nas cidades serem cada vez mais ténues (Novy & Colomb, 2016), verifica-se que os moradores das cidades turísticas desempenham a sua vida quotidiana como se fossem turistas, isto é, “envolvem-se em atividades que são indiscrimináveis das dos visitantes” (Clark 2003, p. 357). O que torna cada vez mais difícil estabelecer uma clara distinção entre turismo e vida cotidiana (Novy & Colomb, 2016).

No que diz respeito á oferta, o turismo urbano não é unicamente produzido ou consumido por turistas, mas também é pela comunidade residente, apesar dos esforços das elites locais em transformar ambientes urbanos em "lugares para brincar" (Judd & Fainstein, 1999), potenciado pelo desejo de atender à procura da “classe visitante” (Eisinger 2000). Atualmente, os turistas que visitam as cidades são cada vez mais frequentes, familiarizados com os lugares que visitam e que procuram experimentar os espaços "comuns" dos habitantes locais.

Todavia, destaca-se um crescente número de "usuários temporários da cidade" (Costa & Martinotti, 2003; Maitland & Newman, 2009), que não podem ser identificados como "turistas" ou como "locais", mas que as práticas destes têm impactes visíveis não só nos espaços urbanos como também nas relações socioeconômicas na cidade (Novy, 2010). Um aspeto que os assemelham aos turistas prendem-se com o fato de que ambos são atores dotados de competências espaciais e sociais desenvolvidas no contexto das deslocações turísticas estabelecidas, o que os caracterizam como indivíduos geograficamente plurais (Stock, 2005). Segundo Jansen-Verbeke e Lievois (1999) existem determinados fatores que levam os turistas a viajarem para as cidades (Tabela 1):

**Tabela 1. Fatores que levam os turistas à cidade**

<b>Fatores Gerais</b>	<b>Fatores Específicos</b>
Interesse; Autenticidade	Experiência única; Lugar Interessante.
Atrações Culturais; Elementos Marcantes	Elementos marcantes bem conhecidos; Arquitetura; Marcas históricas; Vida Cultural; Costumes e tradições locais.
Entretimento	Vida noturna; Compras Excitantes; música ao vivo; Teatros e Artes; Festivais e Eventos.
Alimentação; Alojamento	Bons hotéis; Restaurantes sofisticadas; Cozinha típica.

Fonte: Elaboração do autor baseado em Jasen-Verbeke & Lievois (1999)

O crescimento do turismo urbano reflete-se em quatro processos inter-relacionados: a presença de turistas; o desejo, por autoridades locais ou empresas, de receber turistas; a rejeição do turismo (atitude negativa); e um “olhar” turístico através do qual o mundo é interpretado (Stock, 2009). O turismo urbano é um importante impulsionador económico. Nacionalmente, potencia o crescimento do PIB (Eusébio, 2006). Regionalmente e localmente, o turismo urbano é considerado uma incubadora da inovação e da tecnologia, na medida em que é um fator chave na economia urbana e desenvolvimento da cidade (Terzibasoglu, 2016). Para além deste benefícios, o turismo urbano apresenta vantagens quando comparado com outras formas de turismo, a saber:

- i. pode potenciar o orgulho e a união das populações para com a valorização da cultura em função da perceção de que esta é motivo de deslocação de turistas (Hall, 2002);
- ii. pode fomentar o emprego mais qualificado do que aquele que usualmente é criado pelos estabelecimentos hoteleiros (Page, 2002);
- iii. pode ocupar através dos empregos menos qualificados a população desempregada com baixas qualificações (Beato, 2008);
- iv. pode contribuir para a rentabilização da economia local através da aposta nos produtos locais, nas culturas típicas, nos materiais e no tipo de construção sustentável, incorporando elementos da cultura local (Beato, 2008);
- v. pode contribuir para a sustentabilidade das comunidades locais e para a fixação de população em zonas onde esta não se renova (Tyler, Guerrier & Robertson, 1998);
- vi. pode contribuir para a diversificação da base económica local (Law, 2002);

- vii. pode contribuir para a melhoria da qualidade de vida das populações locais através da manutenção ou a criação de infraestruturas que servem tanto turistas como residentes e da não degradação da paisagem (Selby, 2004);
- viii. pode contribuir para uma diminuição de custos de infraestruturização, ao aproveitar na cidade os edifícios existentes alguns dos quais degradados (Stynes & O'Halloran, 2004).

Os centros urbanos históricos são as áreas que mostram a concentração mais densa de turistas (García-Palomares, Gutiérrez, & Mínguez, 2015). Isto porque, podem expandir-se livremente nos centros históricos das cidades, esta expansão tem o potencial de agravar a gentrificação do turismo (Gutiérrez, García-Palomares, Romanillos, & Salas-Olmedo, 2017). A turistificação do espaço urbano permite que os turistas experimentem a urbanidade de uma cidade como uma experiência total (Stock, 2009). Porém o processo de turistificação (Bryman, 2004) das cidades podem questionar a autenticidade dos ambientes urbanos e desencadeia a capacidade do turismo para se adequar às cidades (Vinello, 2017). A gentrificação (Opillard, 2017), que reduz a oferta de residências (Gurran & Phibbs, 2017; Peters, 2017) e da qualidade de vida dos moradores locais (Gravari-Barbas & Jacquot, 2017) são efeitos do turismo urbano.

Na medida em que o número crescente de turistas leva a um aumento insustentável dos preços dos imóveis, o que causa a gentrificação e o deslocamento dos residentes. Como tal, o turismo pode facilmente tornar-se um incômodo para os residentes não só devido ao aumento dos preços, como também pelo comportamento turístico inadequado, transformação de áreas residenciais em zonas de alojamento turístico, pressão do visitante sobre a capacidade de carga dos locais e aglomeração (Koens & Postma, 2017).

Contudo, devemos considerar os impactos positivos socioculturais do turismo urbano, na medida em que o contacto entre residente e visitante pode provocar alterações positivas nos comportamentos da população (Breda, 2004), como consequência da promoção do desenvolvimento local, do incentivo à produção artesanal, da recuperação de costumes e da valorização do património cultural (Breda, 2004). No entanto, podem surgir impactos negativos, “causados pela relação desigual entre o visitante e o residente” (Breda, 2004, p. 41), que geralmente ocorrem por intermédio da mudança no sistema de valores, nos comportamentos e nos estilos de vida (Mathieson & Wall, 1982). Como tal, torna-se

indispensável a avaliação da capacidade de receção de turistas, como método para que o desenvolvimento do turismo não quebre com o equilíbrio local.

### **2.3.1. A Investigação em turismo urbano**

A investigação que incide sobre o turismo urbano tem-se centrado particularmente sobre o turismo em cidades e não no fenómeno na sua generalidade (Ashworth, 1992). Embora, numa primeira ótica, o turismo urbano possa ser definido modestamente como o turismo que tem lugar nas cidades, o fenómeno é muito mais complexo do que aparenta (Xiao, 2007). Vejamos, “embora na prática o fenómeno do turismo urbano una pessoas, lugar e consumo, a sua síntese na arena académica da conceptualização e investigação é extremamente problemática” (Selby, 2004, p. 1). Este facto explica, o seu principiante desenvolvimento assim como a utilização de uma abordagem tendencialmente teórica, baseada sobretudo em estudos empíricos e descritivos para o descrever (Page, 1997).

Um método para contornar esta situação, poderia ser o estudo do turismo através de uma perspetiva de sequência, isto é, as tipologias turísticas seriam analisadas com base nos movimentos temporais e espaciais ocorridos no destino. Este método difere dos métodos quantitativos tradicionais, na medida em que, o alinhamento de sequências está relacionado com a ordem / sequência dos eventos. Ou seja, o comportamento espaciotemporal do turista é relevante de ser analisado, na medida em que é a “sequência de atrações visitadas pelos turistas dentro de um espaço geográfico” e também dos movimentos dos mesmos nesse espaço geográfico “entre uma atração e outra” (Xia, 2007, p. 23), “que resultam em alterações de localização através do tempo” (Golledge & Stimson, 1997, p. 155). Com base nesta perspetiva, este tipo de análise é adequado para a pesquisa em turismo, visto que o turismo envolve a mobilidade dos turistas no tempo e no espaço (Shoval, 2007a).

Considerando a natureza multifacetada e multidisciplinar do fenómeno existem vários subtemas (Tabela 2) que integram o domínio da investigação em turismo urbano (Ashworth & Page, 2011).

**Tabela 2. Turismo urbano: subtemas de investigação**

Turismo Urbano
Agendas culturais; Modelos; Gestão e planeamento; Marketing / Imagem do lugar; Perceção e satisfação do visitante; Estudos de casos de cidades; Sustentabilidade; Teoria social; Transportes e infraestruturas; Regeneração urbana; Impactes.

Fonte: Elaborado pelo autor, baseado em Ashworth e Page (2011)

No âmbito da teoria e da prática do turismo urbano surgem vários temas que têm atraído atenção (Xiao, 2007, p. 11-15):

**Regeneração urbana:** em resultado da “emergência da sociedade pós-industrial” (Bell, 1973), da globalização e da descentralização com vista ao aumento da riqueza, do tempo de lazer e da facilidade de mobilidade (Law, 2002) o turismo foi visto como parte da estratégia económica de (re)desenvolvimento urbano (Silva & Santos, 2010) onde ocorrem requalificações de estruturas e instalações direcionadas para espaços de lazer e turismo (Selby, 2004), ocorrendo assim a existência na cidade de espaços festivos em espaços públicos mortos (Sarmiento, 2003).

**Construção de imagem:** a afirmação da cidade e a competição com outros centros urbanos na atração de investimento, residentes e turistas assenta muitas vezes na tentativa de construção de uma nova imagem<sup>3</sup> da cidade (Selby, 2004), esta afirmação acontece através do desenvolvimento de novos serviços e equipamentos (Pearce, 2001). Que por sua vez se constituem como símbolos de referência (Law, 2002) e ícones urbanos que se confundem com a própria imagem da cidade (Selby, 2004).

**Cultura e património:** com a revalorização do património<sup>4</sup>, o centro da cidade e os bairros antigos apresentam-se como novos locais de interesse, consequentemente a

<sup>3</sup> Segundo um estudo de Bramwell e Rawding (1996, citados por Selby, 2004, p. 18) aplicado a cinco cidades britânicas, os centros urbanos costumam ser descritos como “lively”, “exciting”, “dynamic”, “cosmopolitan”.

<sup>4</sup> De acordo com Cunha (1999), as tomadas de posição internacionais de defesa do património, num primeiro momento – Carta de Atenas, de 1943, publicada por Le Corbusier – legitimaram a chamada renovação urbana, muito utilizada nos Estados Unidos, para facilitar a expansão dos CBD’s, e em cidades europeias ocidentais no pós-guerra. Mas depois a Carta de Veneza, de 1964; e a Recomendação de Nairobi, de 1976, vieram impor maior proteção dos monumentos e conjuntos

preocupação com a reestruturação, remodelação, reabilitação e salvaguarda do património urbano surgem como novas premissas, quer urbanas, quer turísticas (Bettencourt, 2010). As áreas urbanas passaram a considerar a cultura, o património (Chang, Milne, Fallon, & Pohlmann, 1996; Henriques, 2003; Hernández, 2003), e os fatores locais (Law, 2002) como vantagem competitiva. Aqui o turismo cultural surge como hipótese viável para o crescimento do setor turístico (Xiao, 2007).

**Eventos:** a criação de eventos especiais, com objetivos económicos<sup>5</sup>, e como meio de atrair atenção positiva e contribuir para a construção de uma imagem favorável é cada vez um método utilizado pelas cidades (Richards & Wilson, 2004). No entanto, nem todas as cidades estão aptas à criação de eventos capazes de alcançar a atenção pretendida ou até à criação de uma nova imagem por intermédio destes ou através da criação dum ícone arquitetónico (Xiao, 2007).

A complexidade do turismo urbano pode torná-lo um conceito confuso (Law, 1996). A diversidade de questões que o fenómeno aborda permite que se fale em “turismos urbanos” (Ashworth & Page, 2011, p. 1), “o plural é necessário porque o turismo urbano não é como os outros turismos adjetivais, tornando-se assim necessários “adjetivos adicionais” (Ashworth & Page, 2011, p. 3). Nesta linha de pensamento, sendo o turismo urbano resultado de uma grande complexidade de características, este cenário justifica as análises e atrasos na investigação do fenómeno (Pearce, 2011). Outro aspeto prende-se com a abrangência e extensão de atividades que envolve, aqui os estudos têm-se limitado mais à análise de aspetos da atividade turística, isto porque, existe uma enorme dificuldade em isolar o turismo das outras atividades que se realizam nos espaços urbanos (Ashworth & Tunbridge, 2000).

Neste sentido, ocorre uma dupla negligência: “os interessados no estudo do turismo tendem a negligenciar o contexto urbano no qual muito deste ocorre enquanto os interessados nos estudos urbanos têm igualmente negligenciado a importância da função turística das cidades” (Ashworth, 1989, citado por Page *et al.*, 2001, p. 335). Esta observação é

---

históricos. A Carta Internacional de Salvaguarda de Cidades Históricas, assinada em Toledo em 1986 e ratificada em 1987 pela Assembleia Geral do ICOMOS, estipula expressamente esta defesa.

<sup>5</sup> Xiao (2007) cita a este propósito o conceito de “entrepreneurial city”: “uma forma de governo que com respeito ao desenvolvimento económico é proativa, pragmática, oportunista e competitiva (Law 2000; Hall & Hubbard, 1998; citados por Xiao, 2007, p. 159).

Shaw & Williams (2002) citam o conceito de “capital cultural” desenvolvido, por Waitt (1999). Estes autores defendem que ambas as perspetivas não conseguem explicar inteiramente o impacto dos eventos “hallmark” sobre o turismo urbano, relacionando-os com a noção pós-moderna do “turismo como um jogo” (Shaw & Williams, 2002, p. 267).

corroborada por Edward *et al.*, (2008), que referem os primeiros estudos neste âmbito, ocorridos até à década de 80 (Burgess & McKenzie, 1984; Blank & Petkovich, 1979; Judd & Collins, 1979; Pearce, 1987) e enaltecem também que a investigação em turismo urbano encontrava-se fragmentada e que à data não era reconhecida como um campo de estudo distinto, a sua distinção só ocorreu nos anos 90 (Pearce, 2001).

Contudo, as lacunas de investigação neste domínio continuam a ser confirmadas em estudos mais recentes (Ashworth & Page, 2011; Edwards *et al.*, 2008; Law, 2002; Shaw & Williams, 2002) e apesar de um crescente interesse pelo fenómeno (Edwards *et al.*, 2008; Hayllar & Griffin, 2005; Selby, 2004; Xiao, 2007) o turismo urbano continua a confrontar-se com uma série de antagonismos (Ashworth & Page, 2011):

- i. o turismo urbano tem recebido uma atenção desproporcionalmente pequena por parte quer académica, quer do turismo, quer da cidade, mantendo-se como uma área de estudo de forma indefinida e sem uma estrutura sistemática de compreensão;
- ii. do mesmo modo que as cidades são espaços multifuncionais, os turistas são multifacetados, na medida em que, visitam as cidades com muitos propósitos, neste contexto, os turistas podem ser facilmente absorvidos no espaço urbano e, tornam-se económica e fisicamente invisíveis;
- iii. os turistas fazem um uso intensivo quer de equipamentos, quer de serviços urbanos. Contudo, pouco da cidade foi criado especificamente para uso turístico;
- iv. o turismo tem o “poder” de trazer benefícios económicos substanciais para as cidades, porém, as cidades cujas economias são mais dependentes do turismo são aquelas menos suscetíveis de beneficiar com esta atividade, contrariamente às cidades com uma base económica ampla e variada, menos dependentes do turismo;
- v. a relação entre o turista e a cidade é alvo de críticas desiguais, ora vejamos, a atividade turística necessita dos produtos turísticos que as cidades oferecem, mas não é tão claro que as cidades precisem do turismo.

Mesmo reconhecendo-se o papel central do turismo e do lazer na vida social e tendo o turismo urbano “um papel fundamental no desenvolvimento do espaço lúdico que domina os ambientes contemporâneos”, pouco se estuda “um fenómeno tão confuso”, um “setor tão complexo, fragmentado e heterogéneo” (Selby 2004, p. 2-3). Descurado nos estudos turísticos, o turismo urbano é muitas vezes insondado pela investigação no sector da



geografia, planeamento e estudos urbanos, mesmo estando plasmado que as cidades são importantes destinos turísticos (Ashworth & Page, 2011).

O avanço do turismo urbano como área de estudo específica está dependente da sua integração nas agendas das ciências sociais, como é o caso dos estudos urbanos, geografia urbana e na discussão do conceito “cidades do mundo” (Hall, 2002), conceito importante no âmbito da globalização (Ashworth & Page, 2011). Seguindo a mesma linha de pensamento Selby (2004), refere que existe “uma necessidade urgente de complementar a investigação existente sobre o turismo urbano com os conceitos e métodos que atualmente permitem a nossa compreensão da sociedade” (Selby, 2004, p. 1). Porém, existe ainda um conhecimento carente da cultura e da experiência no contexto do turismo urbano (Selby, 2004). Para uma melhor compreensão do fenómeno turismo urbano contribuíram diversos estudos, a saber:

**A Conceptualização do turismo urbano** (Ashworth & Page, 2011; Edwards *et al.*, 2008; Law, 2002; Page & Hall, 2003; Pearce, 2001; Xiao, 2007);

**A Gestão** (Maitland, 2006a; Paskaleva-Shapira, 2007; Pearce, 1998a; Russo, Boniface, & Shoval, 2001; Russo, 2002; van den Berg, van der Borg, & van der Meer, 1995);

**Os Impactes** (Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Chen, 2001; Gilbert & Clark, 1997; Haley, Snaith, & Miller, 2005; Parlett, Fletcher, & Cooper, 1995);

**A Localização** (Shoval, McKercher, Ng, & Birenboim, 2011; Smith, 1985; Urtasun & Gutiérrez, 2006);

**O Marketing** (Ashworth & Voogd, 1990; Bramwell, 1998; Jansen-Verbeke & van Rekom, 1996; Kotler, Bowen, & Makens, 1999; Krantz & Schatzl, 1996; Paddison, 1993; Pearce, 2001; Shoval & Isaacson, 2007b; Selby, 2004; Van Limburg, 1998; Warnaby, 1998);

**A Mobilidade e transportes** (Balaguer & Pernías, 2012; Edwards, Griffin, Hayllar, Dickson, & Schweinsberg, 2009; Modsching, Kramer, Gretzel, & Hagen, 2006; Orbasli & Shaw, 2004; Shoval, 2008; Shoval et al., 2010; Shoval & Isaacson, 2007a, 2010).

**A Política e planeamento** (Getz, 1993; Law, 1993, 2002; Pearce, 1998b; Russo & Van der Borg, 2002; Tyler, Guerrier, & Robertson, 1998);

**A Qualidade** (Comissão Europeia, 2000; Murphy, 1997; Wall, 1995);

**Os Serviços turísticos** (Albaladejo & Bel, 2010; Shoval & Cohen-Hattab, 2001).

## 2.4. O turista urbano: motivações, atividades e comportamento

As cidades atraem três distintos grupos de turistas: os de lazer, que vêm para visitar locais de interesse, os de negócios/reuniões e os que vêm por razões de educação, religião ou saúde (Buhalis, 2000). Page (1995) e Blank e Petkovich (1980), citados por Hall e Page (2002), sugerem tipologias segundo a motivação dos turistas (Tabela 3).

**Tabela 3. Tipos de turista**

<b>Tipos de Turista</b>
<b>Blank &amp; Petkovich (1980, citados por Hall &amp; Page, 2002)</b>
Visita a amigos e/ou familiares
Negócios/ convenções
Recreação ao ar livre
Entretenimento e visitas a locais de interesse
Razões pessoais
Compras
Outros fatores
<b>Page (1995, citado por Hall &amp; Page, 2002)</b>
Visita a amigos e/ou familiares
Negócios Conferências e exposições
Educação
Cultura e turismo patrimonial
Religião
Eventos
Compras
<i>Day trips</i>

Fonte: Elaborada pelo autor, baseado em Hall e Page (2002).

Em função das tipologias apresentadas, as motivações mais comuns dos turistas urbanos são a visita a familiares e amigos, a viagens de negócios, a visita a atrações, eventos, compras, e excursões, educação, religião ou saúde. É perceptível que as motivações e atividades estão interligadas, na medida em que a atividade é uma resposta direta do indivíduo a um estímulo fundamentado na motivação, o que determina que o surgimento das atividades em áreas urbanas depende da sua forma e função (Jung, 2010).

As atividades mais comuns dos turistas nas cidades vão desde compras, visita a exposições, jardins zoológicos, zonas ribeirinhas, locais históricos, jantares em restaurantes exclusivos, espetáculos artísticos, vida noturna, festivais, eventos desportivos, tours urbanos e passear (Page & Hall, 2003). A visita a museus, galerias, a familiares, amigos e participação em conferências e reuniões de negócios, também surgem como atividades comuns (Smith, MacLeod, & Robertson, 2010).

Esta multiplicidade de atividades caracteriza “a cidade multifuncional que serve o utilizador com múltiplas motivações” (Ashworth & Tunbridge, 2000, p. 52). E é o resultado da oferta variada de experiências na “cidade turística”, fonte de oportunidades de atividades. Compostas por cidade histórica, cultural, vida noturna, comercial e negócios, numa sobreposição de áreas funcionais, a cidade atenta, a múltiplas motivações, numa relação entre os diversos elementos do destino urbano (Burtenshaw *et al.*, 1991, citados por Hall & Page, 2002, p. 192).

Existe uma inconformidade em determinar se os vários segmentos de turistas refletem o turismo urbano, enquanto fenómeno único, ou se, existem diferentes segmentos de turistas que correspondem a diferentes fenómenos que ocorrem no mesmo lugar, a cidade (Law, 1996). De facto, os turistas urbanos são apenas um dos grupos de utilizadores da cidade, os residentes locais também se envolvem em atividades recreativas e partilham com os turistas várias funções urbanas. Ashworth e Tunbridge (1990), citados por Hall & Page, 2002) classificaram os turistas urbanos de acordo com o tipo de utilização de certos recursos. Esta classificação, aplicada aos centros históricos, distingue utilizadores intencionais, movidos pelo carácter histórico da cidade dos utilizadores acidentais, onde o carácter histórico é descartado (Tabela 4).

**Tabela 4. Tipologias de utilizadores do espaço urbano**

<b>Tipologias de utilizadores</b>
<b>Ashworth &amp; Tunbridge (1990, citados por Hall &amp; Page, 2002)</b>
Utilizadores intencionais de fora da área urbana (turistas de lazer)
Utilizadores intencionais da área urbana (residentes em lazer)
Utilizadores acidentais de fora da área urbana (turistas que não estão em lazer)
Utilizadores acidentais da área urbana (residentes que não estão em lazer)
<b>Burtenshaw et al. (1991, citado Hall &amp; Page, 2002)</b>
Residentes da cidade
Residentes da área envolvente da cidade
Turistas de lazer
Turistas que participam em conferências
Pessoas que trabalham na cidade

Fonte: Elaborada pelo autor, baseado em Hall e Page (2002).

Tem-se dado pouca atenção à forma como os turistas usam a cidade, apesar da importância quantitativa do turismo urbano (Ashworth & Page, 2011). Como consequência, existe uma clara dificuldade em identificar nitidamente o perfil do turista urbano, não se pode conjecturar que todos os turistas nas cidades são, turistas urbanos, na medida em que existe uma distinção entre aqueles que se deslocam a equipamentos que estão localizados nas áreas urbanas e aqueles que têm como principal motivação qualquer aspeto da própria urbanidade (Ashworth & Page, 2011). O comportamento do turista na cidade distingue-se em quatro características fundamentais (Ashworth & Page, 2011):

**Seletividade:** o turista apenas faz uso de um pequeno fragmento da cidade, de acordo com o seu orçamento espaciotemporal, esta seleção determina a demarcação de zonas turísticas dentro da cidade;

**Rapidez:** os turistas consomem os produtos turísticos de forma rápida, esta atitude determina uma estadia curta;

**Baixa frequência:** os turistas tendem a repetir menos os destinos urbanos. Esta atitude ocorre pela própria atratividade do destino que reside numa característica única deixando a cidade refém da sua singularidade;

**Capricho:** o turista urbano é essencialmente sensível a modas e a novas tendências de gostos e estilos de vida, o que se reflete também na popularidade fugaz de locais a visitar. Este facto determina a necessidade de contínuo investimento e (re)desenvolvimento.

#### **2.4.1. Procura turística urbana**

Nesta secção apresentaremos uma breve síntese que justifique a crescente procura turística do turismo urbano. As muitas visitas por parte dos familiares e amigos à população concentrada na cidade, a par de um conjunto grande e desenvolvido de atrações, acessibilidades e serviços turísticos, representam os atributos-chave que contribuem para a grande procura turística das cidades (Law, 1996).

O mercado turístico urbano integra diversos segmentos: os do património cultural geralmente são aqueles com mais educação, os que valorizam o património cultural e histórico através de *tours*, geralmente são os idosos; os que valorizam o ambiente urbano, desde a vida noturna a eventos desportivos, geralmente são os jovens e os viajantes em

negócios (Law, 1996). Como aspetos da procura turística urbana (Henriques, 2003), destacamos:

- i. A procura turística no espaço urbano demonstra grande e crescente peso relativo na procura turística global;
- ii. A identificação da escala, volume e diferentes mercados do turismo urbano não é tarefa fácil, determinando assim que este tipo de turismo surge muitas vezes subestimado;
- iii. A estada nas cidades tende a ser reduzida, designando-se o mercado urbano como um mercado de curta duração;
- iv. As estadas, de curta duração (*short breaks*), tendem a verificar-se durante todo o ano e tanto podem ser de turismo doméstico como de turismo internacional;
- v. O turismo com propósito de negócios revela uma duração mais reduzida do que o turismo de lazer;
- vi. A procura de *short breaks* em cidades europeias tem vindo a constituir-se como um segmento em expansão;
- vii. Embora a estada nas cidades seja geralmente reduzida, o gasto por pessoa/dia tende a ser relativamente elevado;
- viii. A procura turística urbana é muito heterogénea;
- ix. As motivações dos turistas urbanos são heterogéneas e múltiplas.

Relativamente ao perfil dos novos consumidores turísticos, estes procuram formas mais ativas de lazer do ponto de vista físico e intelectual, a ser mais independentes, informados e com centros de interesse próprios, no contexto duma procura mais heterogénea, motivação e gostos complexos e a adesão em menor escala a pacotes massificados (Caldeira, 2006).

É evidente que as mudanças socioculturais dos consumidores turísticos (Jurowsky & Olsen, 1995; Milman & Pizam, 1988, 1995; Richards, 2001; Stevens, 2000) tenham igualmente impacte no turismo urbano. Isto porque, os turistas tenderão igualmente a procurar produtos inovadores de lazer (Stevens, 2000), como resultado de alterações no seu comportamento de lazer (Leask, 2003), querendo consumir o maior número de experiências no menor tempo possível (Page *et al.*, 2001), preferindo experiências interativas (Milman & Pizam, 1995; Richards, 2001), onde o uso da tecnologia ganha relevância (Jurowsky &

Olsen, 1995; Richards, 2001;) na procura de uma experiência satisfatória, na qual ocupam o lugar de cocriadores (Mossberg, 2007; Kastenholz, Carneiro, Marques, & Lima, 2012), ou seja, como coprodutores (Ek, Larsen, Hornskov, & Mansfeldt, 2008).

Estas mudanças vão de encontro ao contexto multiatração urbano, na medida em que, “a animação, o divertimento e a aventura, adequadamente encenados e idealmente comercializados, constituem individualmente elementos chave do sucesso” (Peters & Weiermair, 2000, p. 25).

## **2.5. Planeamento do turismo urbano**

O turismo nas cidades sempre ocorreu (Gunn, 2002). Porém, aparentemente, o planeamento urbano só muito recentemente é que o introduziu nas suas primazias, segundo Gunn (2002), os primeiros estudos surgem nos anos setenta, contudo, eram estudos de eficiência económica rudimentares, direccionados unicamente para o planeamento físico das infraestruturas, o que se manteve até à década de oitenta (OMT, 1980)<sup>6</sup>, momento em que o turismo urbano começou a ter maior visibilidade.

Paralelamente a esta situação, a tradição histórica de se considerar o turismo como “uma indústria limpa”, boa para a sociedade, e o fato de que não se enquadrava nem na indústria tradicional, nem no comércio, sectores tradicionalmente responsáveis pelo crescimento das cidades (Law, 1993), e que o seu desenvolvimento seria apenas da competência do sector privado (McKercher & Ritchie, 1997). Determinou a ausência do sector público e da comunidade académica na intervenção e estudo do turismo nas cidades (Ashworth, 1992; Law, 1996), já que o turismo não constituía uma prioridade para o planeamento, que era orientado para o quotidiano dos residentes, e não para algo considerado sazonal, efémero e espontâneo (Page, 2003).

Nesta perspetiva, devemos salientar a importância da existência de um adequado planeamento do turismo urbano. Na medida em que, a necessidade de planeamento do turismo urbano surge ligada a dois fatores: por um lado há uma evidência de que o seu crescimento pode ser prejudicial, caso seja direccionado apenas por critérios económicos (Costa, 2001); e por outro surge da percepção das mudanças na economia e da tentativa de

---

<sup>6</sup> Conclusões do relatório da OMT de 1980, citado por (Mathieson e Wall, 1982), após estudo de 1619 planos.

resposta dos governos aos problemas colocados pela reestruturação económica das áreas urbanas, o que conduz a uma competição entre estes pelo investimento (Hall, 2000; Selby, 2004; Ward, 2004).

Embora o planeamento não seja uma “cura” para os problemas da sociedade, (Hall, 2000), é um elemento fundamental para alcançar a sustentabilidade dos destinos, na medida em que são antecipadas e reguladas as mudanças que ocorrem na cidade (Gunn, 2002; Hall, 2000; Murphy, 2012; Selby, 2004). Nesta perspetiva, é evidente uma alteração significativa naquilo que é o planeamento atual com o planeamento dos anos setenta. O planeamento atual é pró-ativo, centrado na sustentabilidade e na criatividade e com especial atenção ao impacto atual dos desenvolvimentos urbanos para as futuras gerações (Domingues & Cabral, 2002; Hall, 2002). Neste sentido, o planeamento deve ser integrado e deve procurar aumentar a eficiência das políticas praticadas através de parcerias, colaboração e participação de todos os atores envolvidos no processo de planeamento (Beato, 2008).

O planeamento urbano é um processo criativo, que por intermédio da crescente competição global pelo investimento, utiliza as características especiais e distintas de cada cidade, através de redes de contactos, ligações, confiança entre as populações, para planear em conjunto com todos os grupos sociais o futuro das cidades (Landy, 2004). Como tal, as decisões, bem como o sucesso do planeamento das cidades, não pode ser medido apenas sob o ponto de vista económico e financeiro, mas sim em termos de qualidade de vida proporcionada às populações (Landry, 2004; Morgan, 2004).

Se outrora, as áreas de lazer não eram tidas em conta enquanto geradoras de riqueza (Morgan, 2004). Atualmente, estão na base das questões do planeamento urbano, visto que é nestas áreas que se encontra a riqueza das cidades e que, se bem explorada, através de um planeamento estratégico integrado e participado, pode conduzir a soluções inovadoras (Landry, 2004). A participação da comunidade assume-se pertinente, na medida em que a sua organização e formação para as questões do planeamento determina a discussão e decisão democrática e informada de possíveis soluções alternativas para os diferentes grupos (Hall, 2002). Nesta perspetiva o planeamento criativo (Landry, 2004) tem em consideração as opções e as necessidades de todos os grupos da sociedade, procurando encontrar formas de reconciliar as prioridades de cada um. Onde a sustentabilidade e criatividade afiguram-se como novas formas de encarar o planeamento e a governação das cidades (Landry, 2004).

O planeamento determina o sucesso do próprio setor, na medida em que o turismo depende dos recursos existentes, ou passíveis de serem utilizados, moldados pela distinção (Beato, 2008; Breda & Costa, 2010). O turismo urbano redescobriu uma experiência urbana perdida, através da recriação, renovação e regeneração em termos de uso dos espaços, aqui o turismo tem um papel chave na regeneração urbana, na (re)conquista de espaços de lazer e em torná-los viáveis economicamente para benefício das populações locais (Moreira, 2004), é um catalisador para a diversificação da base económica local, para o aumento a qualidade de vida das populações e para ajudar a fomentar uma comunidade culta e informada (Gunn, 2002; Selby, 2004).

Em suma, o turismo enquanto processo utiliza os recursos e os espaços utilizados pelos residentes, o que significa que têm a responsabilidade de efetivar um desenvolvimento sustentável, minimizando os impactes negativos, o que vai anular a possibilidade de existência de tensões. Como tal, a indústria turística necessita de trabalhar com a comunidade de forma integrada e não apenas a explorar os seus recursos (Page & Hall, 2003).

Embora, as cidades estabeleçam a cultura e o fator criativo como base de ação visível no desenvolvimento económico urbano, através de processos baseados no marketing e promoção das indústrias criativas, consumo cultural e turismo urbano. Alguns produtores culturais e criativos, expressam as suas preocupações sobre a forma pela qual a cultura e as artes são operacionalizadas na economia (Novy & Colomb 2013).

Na medida em que, o “capital cultural” (Novy & Colomb, 2016, p. 15) é perdido ou modificado em resultado da crescente gentrificação, desenvolvimento comercial e o próprio turismo. Assim como o capital social tem sido operacionalizado pelo Estado para fins de competitividade económica e coesão social (Mayer, 2003), o capital cultural é também operacionalizado do mesmo modo, visto que as políticas de desenvolvimento visam o incentivo do turismo urbano, do consumo e da atração de produtores criativos (Colomb, 2011).

### **2.5.1. O papel de mudança do turismo na política de desenvolvimento e processos de mudança urbana**

Existe uma clara dificuldade em identificar a dimensão turística de uma cidade, isto porque, as áreas urbanas apresentam-se como atrações complexas e particulares, uma vez que os seus recursos e serviços, tanto os habituais como os turísticos, se confundem e



integram com outras atividades económicas da cidade (Brandão, 2007). A atividade turística é vista como um fenómeno, para além de transformar os espaços onde se desenvolve, prevalece como um agente de mudança, que nem sempre é positivo ou desejável (Novy & Colomb, 2016). Já em 1817 Henri Stendhal aquando de uma visita a Florença, contestou que a cidade estava ocupada por muitos turistas e observou que Florença era “nada melhor do que um vasto museu cheio de turistas estrangeiros” (Culler, 1981, p. 130). Nesta perspetiva, para além dos agentes de mudança, devemos ter em atenção os próprios sujeitos de mudança, Henri Stendhal (1817) utilizou a palavra "turista" para caracterizar um indivíduo que viaja por prazer (Novy & Colomb, 2016).

Associado às mudanças que ocorrem no espaço por intermédio do turismo surgem os conflitos entre os turistas e os habitantes locais, na verdade, tais conflitos recebem relativamente pouca atenção, isto porque, eram considerados parte integrante de “coisas de significância um tanto pequena” (Novy & Colomb, 2016, p. 9). Não obstante, o fenómeno turismo urbano era considerado um assunto periférico, e como tal, os decisores políticos dedicavam pouca atenção àquilo que era considerado uma “atividade social marginal” (Beauregard, 1998, p. 220). Atualmente, dá-se a devida importância ao fenómeno, muito por culpa de amplos processos de mudança económica, social e política.

As cidades foram submetidas a uma série de mudanças, de destaque, a reestruturação económica - é direcionada para as indústrias de serviços e conhecimento, a transformação da composição demográfica, estrutura social e contextos de poder local - aqui, a política urbana visa o desenvolvimento económico e o empreendedorismo, associado a este contexto, a cultura e o lazer são vistos como uma vantagem competitiva e passam a ser considerados negócios urbanos centrais, o consumo ganha um lugar primordial nas políticas económicas da cidade e as cidades passam a ser valorizadas como unidades produtoras de valor (Harvey 1989a, 1990). Nesta perspetiva, as cidades são reestruturadas segundo a premissa do neoliberalismo - projeto político de restauração do poder da classe social com vista a restabelecer as taxas de lucro - (Harvey, 1999).

O turismo passa a ser visto como uma opção de desenvolvimento atraente, graças ao seu potencial económico, mas não só, passou a ser visto como compatível a outras políticas que vieram a caracterizar a "nova política urbana" (Hall & Hubbard, 1998). Nesta nova política urbana surgem novas estratégias de desenvolvimento baseadas na cultura com vista a atrair capital de investimento, residentes e empresas (Bianchini & Parkinson 1993; Evans,

2001; Miles, 2007; Zukin 1995). Esta “nova” forma de ver o turismo, prende-se com o facto de que o turismo passou a ser percecionado pelos decisores políticos urbanos e empresas locais como um setor de fácil promoção e que exige pouco investimento público (Colomb 2011; Greenberg 2008;).

Contrariamente às crises financeiras o turismo prevalece como um meio de reposicionar as cidades num ambiente económico de rápida mudança e de reafirmar a sua posição numa hierarquia metropolitana em constante evolução (Fainstein, 2003), "virtualmente toda a cidade vê uma possibilidade de turismo e toma medidas para encorajá-lo" (Fainstein, 2003, p. 8). Na verdade, o turismo enquanto objeto político, não está presente em todos os lugares e contextos. Isto porque, nem todos os lugares são potenciados a desenvolverem produtos turísticos, muito por culpa da competição global entre as cidades turísticas - que neste contexto podemos referir como cidades elite - (Broudehoux 2004; Yeoh 2005) e pela diversidade com que são implementadas as políticas urbanas neoliberais - combinação de dois processos: “a destruição de acordos institucionais e compromissos políticos existentes através de iniciativas de reforma orientadas para o mercado; e a criação de uma nova infraestrutura econômica voltada para o mercado, a mercantilização e o domínio do capital” (Brenner & Theodore, 2002, p. 362) -, que nem sempre alcançam os resultados pretendidos (McCann & Ward 2011).

Embora as estratégias de neoliberalização estejam dependentes dos contextos locais e variações geográficas distintas, o marketing assim como a promoção, apresentam-se como componentes-chave das políticas neoliberais, onde várias iniciativas são realizadas com vista a impulsionar o crescimento do setor do turismo, destacando no processo o capital social, cultural e físico da cidade através da criação de parcerias com o setor privado (Hoffman, 2003; Spirou, 2011).

Contudo, estes processos de reestruturação, que outrora consideravam desvalorizadas as atividades como o turismo e o lazer no contexto da “cidade produtiva”, apresentam-se agora como destaque na economia política das cidades, porém, contribuíram para o reforço de desigualdades várias (Novy & Colomb, 2016). Isto é, a cidade não está apenas a ser "consumida pelo consumo" (Miles & Miles 2004, p.172), mas também está cada vez mais fragmentada onde a desigualdade urbana ganha um destaque considerável, o que torna cada vez mais claro que existe um lado negativo nas cidades reestruturadas pelo e para o turismo (Porter & Shaw 2013).

Se por um lado, o destino se torna mais dinâmico e desejável para as classes financeiramente mais estáveis, por outro, o aumento dos preços de habitação mostra-se um problema para as classes financeiramente mais sensíveis, o que se caracteriza como um *playground* exclusivamente para os ricos (Novy & Colomb, 2016). A crescente polarização e desigualdade social, assim como a gentrificação e a expulsão da comunidade de baixos rendimentos tornam-se uma tendência que define a atualidade do fenómeno turismo urbano, o que não é acidental, mas sim um resultado direto de ações políticas que visam estratégias de desenvolvimento urbano direcionadas para o mercado (Novy & Colomb, 2016).

O turismo urbano está intrinsecamente relacionado a estas tendências, na medida em que, “o turismo urbano perpetua padrões de desenvolvimento desequilibrados e contribui para novos padrões de desigualdade urbana” (Novy & Colomb, 2016, p. 11). A verdade é que o impacto negativo do turismo nas cidades permaneceu por muito tempo desvalorizado. Contudo, vários autores referem que o turismo contribui para uma transformação, comercialização e destruição das culturas e lugares e que potencia a dinamização de processos que podem levar à destruição dos atributos que constituem a atração original pelo qual os turistas visitam (Harvey, 2001; Sorkin, 1992; Zukin, 1995).

Esta crítica ganha relevância no caso do turismo urbano, não só pelo seu crescimento quantitativo, mas também pelas mudanças de teor qualitativo no que diz respeito à natureza e à geografia dos fluxos turísticos. Em alguns casos este fenómeno alastrou-se geograficamente não só pelo espaço urbano, como também para novas áreas que até então não eram consideradas nem promovidas como atrações turísticas convencionais - os bairros - e que se tornaram locais desejáveis pelo turismo, lazer e consumo (Maitland 2006a), por exemplo as favelas (Broudehoux, 2004; Frenzel, 2012).

Estes bairros estabelecem-se como "novas áreas de turismo" (Maitland 2006b, 2007; Maitland & Newman 2004), é o resultado da convergência de uma série de novas tendências relacionadas com a procura turística (Novy & Huning 2009), apresentam-se como um produto turístico direcionado para os consumidores que tendem a optar por "sair do caminho comum" (Maitland & Newman, 2009). A componente contracultura, artística, a autenticidade (Colomb 2011, 2012; Novy & Huning 2009; Shaw, 2005; Vivant, 2009) e a diversidade étnica (Hoffman, 2003; Novy, 2011; Shaw, 2004) foram utilizadas como estratégias de promoção dos bairros enquanto destino turístico urbano.

Descrito como "turistificação" (Bianchi 2003; Stock 2007), este processo ocorre através da apropriação simbólica e física dos recursos identitários de uma comunidade local e a sua transformação em produto comercializável, o que têm consequências para os espaços e para as pessoas envolvidas (Novy & Colomb, 2016). Este tipo de transformação dos espaços urbanos com vista a dar resposta à crescente procura turística, estabelece-se como um fator que contribui e acelera, o processo de "gentrificação" (Novy & Colomb, 2016, p. 13). O que explica, muitas vezes, os conflitos relacionados com os processos de reestruturação urbana, a relação dos turistas com a comunidade residente e os movimentos sociais (Novy & Colomb, 2016).

Castells (1983) categorizou os movimentos sociais urbanos em três tipos: os que dizem respeito às questões do consumo coletivo, os que defendem a identidade cultural e social de um lugar particular e aqueles que procuram o controlo e a gestão dos espaços, instituições ou atrativos locais. Posteriormente, o conceito foi alargado para se referir à ação do cidadão, centrada nas questões urbanas, independentemente dos efeitos potenciais ou reais (Pickvance 2003). Neste contexto, importa referir o "direito à cidade" (Lefebvre, 1969) que potenciou "uma importante formulação da procura progressista por mudanças sociais urbanas em todo o mundo" (Marcuse, 2009, p. 246).

Este "direito" passou a ser adotado como argumento para mobilizações sociais urbanas que contestam a injustiça económica, política de austeridade, gentrificação, destruição da vizinhança e do direito à residência (Brenner, 2012), as formações de tais mobilizações sociais resultam geralmente de uma ameaça particular da reestruturação urbana em detrimento da atividade turística (Nicholls, 2008). O que resulta na perceção do turismo e dos seus impactes como uma ameaça por parte dos residentes locais, quando estes atingem um ponto de saturação e descontentamento.

A cidade passa a ser o espaço privilegiado onde ocorrem os conflitos que envolvem o turismo, estes conflitos não são só sobre as possíveis tensões entre anfitriões e turistas, mas também refletem as lutas oriundas da reestruturação urbana e transformação sócio espacial e quem beneficia e perde com as mesmas. As complexas consequências que advém dos processos de turistificação e gentrificação caracterizam-se como um exemplo interessante destes conflitos (Novy & Colomb, 2016). Associado a estes processos, devemos ter em consideração a problemática que atualmente, é perceptível em grandes destinos turísticos, as pressões e mudanças residenciais, resultado da acentuada modificação de espaços

residenciais em espaços de alojamento para turistas, o que caracteriza um dos principais motivos de conflito em cidades turísticas (Novy & Colomb, 2016).

## **2.6. Impactes do turismo urbano nas pessoas e nos espaços**

O conflito que emerge da apropriação e operacionalização do capital cultural no espaço, baseia-se na economia urbana, no turismo e consumo (Harvey, 2001). Primeiro, porque a exploração de marcas locais leva a uma homogeneização (Kearns & Philo, 1993), segundo, com vista a manter-se uma vantagem competitiva e a obtenção de lucros, os produtores apoiam-se num método de diferenciação, o que potencia a emergência de desvios culturais locais e implica que se coloque em causa a singularidade e a especificidade local (Harvey 2002).

Os impactes do turismo “referem-se à gama de modificações ou sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades recetoras” (Ruschmann, 2008, p. 34). Estes são provocados por variáveis de “natureza, intensidade, direções e magnitude diversas, porém os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorrem no meio ambiente natural” (Ruschmann, 2008, p. 34). A importância de analisar os impactes do turismo prende-se com o fato de “ser um fenómeno de múltiplas facetas, que penetra em muitos aspetos da vida humana, quer de forma direta, quer indireta” (Rejowski, 2000, p. 18).

Os conflitos relacionados com o turismo devem-se, frequentemente, com a tentativa de defender o direito à cidade (Lefebvre, 1969), onde desafiam a predominância do valor de troca sobre o valor de uso na produção do espaço e reivindicam uma cidade para pessoas, sem fins lucrativos (Brenner, 2012), o efeito destes impactes, tanto nas pessoas como nos espaços, tornam-se cada vez mais visíveis (tabela 5). Na medida em que, “os habitantes das regiões visitadas começam a sentir também um certo rancor em relação aos efeitos negativos do êxodo das massas turísticas. Estas populações têm cada vez mais a impressão de que são invadidas por este desenvolvimento e, ao mesmo tempo, dele excluídas” (Krippendorf, 2001, p. 19).

**Tabela 5. Fontes de Conflito: Os impactes do turismo urbano nas pessoas e espaços**

<b>Económico</b>	Mudança na procura do mercado por bens e serviços; Desaparecimento do comércio tradicional / local; Manifestações de gentrificação comercial e residencial: Aumento dos preços de aluguer para empresas e propriedade; Aumento e expansão espacial da indústria de alojamento turístico; Aumento do número de segundas residências; Aumento do número de unidades habitacionais de aluguel (de curto prazo); Conflitos entre agentes sociais e económicos;
<b>Física</b>	Superlotação e problemas resultantes; Deterioração de espaços públicos; Privatização e / ou mercantilização do espaço público; Interrupção da aparência estética das comunidades / divulgação da igualdade; Pressões ambientais; Excesso de desenvolvimento e dinâmicas espaciais criativas-destrutivas; Manifestações físicas de gentrificação comercial e residencial;
<b>Social e Sociocultural</b>	Comercialização, exploração e distorção da cultura, património e espaço público; Festivais e eventos; Comportamento invasivo dos turistas / conflitos decorrentes de diferentes usos e comportamentos no espaço público; Problemas de ordem pública; Políticas repressivas; Aumento das divisões comunitárias; Perda de diversidade / homogeneização cultural; Mudança da composição demográfica e relações tensas nas comunidades entre residentes de longa duração e 'outsiders';
<b>Psicológico</b>	Sentimentos de transferência, de deslocamento físico e psicológico de lugares familiares (reais ou percebidos); Sentimento de perda e de pertença da comunidade; Sentimentos de frustração e ressentimento em relação aos turistas;

Fonte: Elaborada do autor baseado em Cocola-Gant (2018).

Existe uma clara facilidade em analisar-se os impactes económicos do turismo num determinado destino, isto porque, são mais fáceis de delimitar e quantificar, quando comparados com os impactes socioculturais e/ou ambientais (Mathieson & Wall, 1982), até porque os impactes económicos do turismo são frequentemente observados a curto prazo (Lickorish & Jenkis, 2000).

O turismo enquanto atividade origina várias consequências para as regiões de destino, entre elas podemos categorizar os impactes socioculturais - daremos maior ênfase a esta tipologia de impactes, por acharmos que se adequa ao contexto da investigação -. Os

impactes do turismo tendem a conter uma mistura de características positivas e negativas e afetam tanto os turistas como os anfitriões (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2007).

Os impactes socioculturais advêm essencialmente do contacto que é estabelecido entre o visitante e a comunidade residente do destino. Estes impactes podem ocorrer em maior ou menor escala, dependendo do tipo de turismo praticado, das características socioculturais dos turistas, do desenvolvimento das regiões e da atitude dos residentes face aos turistas (Mathieson & Wall, 1982). Até porque, “quanto menor for o desenvolvimento da região recetora, maior será a intensidade dos efeitos negativos socioculturais do fluxo turístico sobre a população local” (Krippendorf, 1989, p. 99).

Em contrapartida, “quando a sociedade que recebe é mais desenvolvida do ponto de vista tecnológico e a diferença de rendimento entre turistas e residentes é menor, os impactes socioculturais negativos tenderão a ser menores” (Pearce, 2002, p. 153). Esta interação suporta consequências para a vida dos residentes, desde tensões culturais, sociais e morais potenciadas pelo fato de que a cultura local vai assimilando novos hábitos e costumes, proporcionados também pelo acesso às novas tecnologias e pelo contacto com o novo. Cria-se, portanto, novos padrões de comportamento, de consumo, em que o residente aspira o padrão cultural do visitante. Neste caso, ocorre uma certa perda de identidade do anfitrião com o seu universo cultural, ou seja, uma perda da identidade local, a identidade local é vista aqui, pelo seu conteúdo material e imaterial, de natureza cultural e pelos princípios normativos (Sayer, 1997).

Apesar de serem de mais difícil identificação, os impactes socioculturais ganham destaque e são descritos como uma forma de preservação e valorização dos bens materiais e imateriais da cultura local. Como impactes positivos, podemos destacar as infraestruturas básicas e dos serviços de saúde melhoradas, o aumento do interesse da comunidade local pela sua própria cultura, tradições, costumes e património, o rejuvenescimento das artes e dos ofícios tradicionais e o desenvolvimento de novas oportunidades de lazer e entretenimento que beneficiam tanto o visitante quanto o residente (Sancho, 2001).

Reforça a preservação do património e da tradição, legitima a proteção e as melhorias ambientais, potencia a cultura como foco de interesse para os turistas, leva à criação de instalações turísticas e recreativas que podem também ser utilizadas pela população local, diminui barreiras linguísticas, socioculturais, políticas e religiosas, potencia os sentimentos

culturais e educacionais dirigidos para a autovalorização e tende a melhorar a qualidade de vida, nomeadamente, ao nível dos rendimentos e do aumento dos níveis de vida da comunidade residente (Goeldner, Ritchie, & McIntosh, 2000).

Por outro lado, como impactes socioculturais negativos, destacamos as alterações das atividades tradicionais, a mercantilização da cultura, a propagação de doenças infectocontagiosas, a padronização (perda da diversidade cultural), a perda de princípios e crenças locais, os conflitos na comunidade, o aumento do tráfego urbano, a destruição e descaracterização do património histórico e cultural, o jogo organizado e o aumento da criminalidade e da prostituição (Cooper *et al.*, 2007; Mathieson & Wall, 1982; Sancho, 2001). Desperta a ocorrência de mudanças nos modos de vida locais, degrada o ambiente cultural, mercantiliza a cultura, a religião e a arte, transforma as artes e o artesanato em futilidades, potencia a perda do orgulho cultural, caso a cultura seja vista pelo visitante como uma forma de entretenimento e propicia a ocorrência de conflitos na sociedade anfitriã (Goeldner *et al.*, 2000).

Além destes fatores negativos podemos identificar a denominada de “Arrogância Cultural”, de acordo com a OMT (2003), a arrogância cultural é definida como a prática contínua por parte dos turistas das próprias regras culturais, não se considerando os sentimentos e as perspectivas da comunidade anfitriã.

Não obstante, podemos também destacar fatores socioculturais de custo-benefício originados pelo turismo, como aspetos positivos destacamos a ocorrência a ampliação da perspectiva social, preservação dos laços familiares, mobilidade incrementada, apreciação do património e da identidade étnica, estímulo do folclore e a criação de museus (Smith, 1989). Como aspetos negativos destacamos a ocorrência da apropriação, perda da identidade cultural na comunidade, transformação dos turistas em “coisas”, deterioração de sítios históricos, medo da existência de terrorismo e crime e simplificação da cultura (Smith, 1989, p. 100).

Outro fator crítico, prende-se com o crescente fluxo de turistas na região, o que determina o aumento do tráfego populacional no local de residência da comunidade e a superlotação das instalações que tanto são usadas por turistas como pela comunidade. Como consequência, deprecia o valor da experiência do turista, origina tensões entre os turistas e a comunidade residente e “em casos extremos a população local pode ser impedida de



desfrutar das instalações naturais do seu próprio país ou região” (Archer, Cooper, & Ruhanen, 2002, p. 85).

Como impactes positivos do turismo, podemos destacar como mais significativos o crescimento de áreas de lazer, a reestruturação e preservação das áreas centrais e a comercialização e divulgação das artes e do artesanato. Por outro lado, como impactes negativos destacamos a superlotação e o aumento dos preços de determinados produtos, bens e serviços (Brunt & Courtney, 1999). É visível que a perceção dos impactes do turismo por parte dos residentes diminui à medida que aumenta a distância entre a sua residência e a zona turística, as zonas urbanas para além de serem espaços turísticos são também lugar de residência que quando são confundidas surgem como espaços críticos sujeitos a tensão (Pizam, 1978; Ross, 2002; Sheldon & Var, 1984).

A comunidade residente vê o turismo com alguma preocupação, na maior parte das vezes, esta preocupação prendem-se com o fato de que o turismo vai contra ao modo de vida dos residentes e provoca efeitos conflituosos que colocam em causa a sua qualidade de vida (Var, Kendall, & Tarakcioglu, 1985). Seguindo este raciocínio, é pertinente referir que a atitude dos residentes face ao turismo está dependente de fatores que, em primeiro lugar, se prendem com o grau de envolvimento na atividade, isto é, os residentes com interesse comercial, tem maior probabilidade de ver os turistas com agrado. Em segundo lugar com o estágio de crescimento do setor e o tipo de pressão exercida pela aquisição de espaços e recursos locais. Em terceiro e último lugar, o tipo de apropriação, aglomeração e uso dos espaços pelos turistas (Murphy, 2012).

Aqui importa referir que uma forma de amenizar a existência de possíveis tensões, seria o setor turístico apresentar-se como um processo participativo, cooperativo e solidário. Porém, esta realidade ainda se considera uma utopia, o turismo ainda marginaliza os residentes na obtenção de benefícios, na participação direta em projetos de desenvolvimento local e como atores da oferta turística. Nesta linha de raciocínio, existe uma ausência clara do turismo em contextos de pluriatividade, plurirrendimento, plurifuncionalidade, informalidades, cooperação, democracia participativa e projetos comunitários (Cavaco, 2005).

### 2.6.1. Fatores que influenciam a percepção dos residentes face ao turismo

A avaliação das percepções dos residentes suporta-se em fatores que podem ser categorizados em dois grupos, a saber: fatores extrínsecos e fatores intrínsecos (Fredline & Faulkner, 2000; Tideswell & Faulkner, 1997).

Os **fatores extrínsecos** incluem os fatores que afetam as reações dos residentes a nível macro, e, conseqüentemente proporcionam um impacto comum sobre toda a comunidade, fazem parte fatores como, o nível de desenvolvimento do destino (Butler, 1980; Doxey, 1975), a sazonalidade da procura turística (Andriotis & Vaughan, 2003) e o tipo de turista (Cohen, 1972).

Os **fatores intrínsecos** dizem ao conhecimento e envolvimento na atividade turística por parte dos residentes (Andereck *et al.*, 2005), o grau de dependência económica do residente face à indústria turística (Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Gursoy & Rutherford, 2004; Haralambopoulos & Pizam, 1996), as características sociodemográficas dos residentes (Gursoy & Rutherford, 2004; Teye *et al.*, 2002; Williams & Lawson, 2001), entre elas: idade (Andereck & Nyaupane, 2010; Haralambopoulos & Pizam, 1996); género (Williams & Lawson, 2001); nível de rendimento (Amuquandoh, 2009); nível de escolaridade (Amuquandoh, 2009; Haralambopoulos & Pizam, 1996).

A distância entre o local de residência e as áreas turísticas (Madrigal, 1993; Ritchie & Inkari, 2006; Williams & Lawson, 2001), a duração da estadia (Brunt & Courtney, 1999; Liu & Var, 1986), a ligação dos residentes à comunidade (Tosun, 2002), o tempo de residência (Haralambopoulos & Pizam, 1996) e ao grau de interação entre o residente e o visitante (Andereck *et al.*, 2005; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Kim, 2002).

Nesta perspetiva, a interação e frequência estabelecida entre os residentes e os turistas (Carneiro & Eusébio, 2010) determina uma relação positiva direta entre a percepção dos benefícios do turismo e o grau de interação entre residentes e turistas (Kim, 2002) os residentes que estabelecem contato com os turistas tendem a perceber mais facilmente os impactos positivos e negativos do turismo (Andereck *et al.*, 2005).

Nesta linha de pensamento, a comunidade local é um dos elementos a ter-se em consideração aquando da análise do desenvolvimento turístico (Bramwell & Sharman, 2000; Ko, 2005; Simpson, 2001; Telfer & Sharpley, 2008). Na medida em que, o tipo relação entre a comunidade e a atividade turística determina, não só a atitude de apoio destes, como também uma gestão sustentável da atividade a nível local. Isto porque, as questões que

dizem respeito às percepções dos residentes sobre os impactos do turismo e os fatores que influenciam essas percepções determinam o tipo de recepção destes, para com a atividade e consequentemente para com a presença dos turistas (Andereck *et al.*, 2005; Butler, 1991; Gursoy & Rutherford, 2004; Teye, Sonmez & Sirakaya, 2002; Tosun, 2002).

### **2.6.2. Fatores que influenciam a atitude dos residentes face ao turismo**

Em função da percepção da atividade turística, surgem atitudes. Podemos afirmar que a atitude “é uma tendência psicológica que é expressa por uma mistura de crenças e emoções que predispõe uma pessoa a reagir a outras pessoas, objetos ou grupos de uma forma positiva ou negativa” (Coon, 2006, p. 585). Esta predisposição pode ser refletida na forma como se “pensa, sente e comporta em relação ao ambiente” (Mcdougall & Munro, 1994, p. 87). A noção de “atitude qualifica uma disposição interna do indivíduo face a um elemento do mundo social que orienta a conduta que ele adota em presença, real ou simbólica, desse elemento” (Lehrpeux, 2001, p. 89).

Outra característica que se deve ter em consideração, prende-se com o fato de que a comunidade é constituída por diferentes grupos, e como consequência, cada grupo percebe o desenvolvimento turístico de forma diferente. Ou seja, a heterogeneidade entre os grupos de uma comunidade resulta em diferentes percepções. Neste contexto, surgem dois cenários, o primeiro, enquanto uns consideram o turismo uma oportunidade, e o segundo, outros consideram-no um obstáculo quotidiano (Oliveira, 2003).

A análise dos impactos do turismo a nível local e a atitude que daí advém é crucial para a receptividade positiva do turismo e mudanças inerentes, por parte da comunidade do destino (Mathieson & Wall, 1982; Wall & Mathieson, 2006). A qualidade das relações entre as pessoas depende em grande parte da capacidade de perceber adequadamente o comportamento e a experiência do outro. Contudo, a capacidade do ser humano para apreender o exterior é limitada, em decorrência da dinâmica do mundo, da complexidade do sistema perceptivo e das limitações dos sentidos (King, 1982).

Neste sentido, as características pessoais do sujeito podem facilitar ou dificultar o processo perceptivo. Na medida em que os indivíduos com problemas de relacionamento apresentam dificuldade em perceber os outros e o seu redor de forma correta, sem deformações. Por outro lado, o indivíduo que procura uma maior consciência sobre si, sobre o outro e o exterior, tem maior probabilidade de perceber as situações e de se relacionar,

contrariamente daquele que se comporta de maneira rígida, preconceituosa, em face dos valores dos outros, quando estes são diferentes dos seus.

O conceito de percepção foi definido como uma representação da realidade, é universal, na medida em que, todas as pessoas têm percepção, porém pode ser subjetiva, pessoal e seletiva. A percepção do meio social e dos outros, relacionada com os afetos positivos ou negativos, predispõe favorável ou desfavoravelmente o tipo de relação com as pessoas, situações ou objetos (King, 1982), estas predisposições chamam-se de atitudes.

O estudo das atitudes não é uma área recente nas ciências sociais. Existe uma significativa produção científica ligada quer à sociologia quer à psicologia social que incide sobre a atitude (Areosa, 2009). A atitude pode ser definida como um estado de prontidão, uma tendência para responder de forma particular quando confrontados com determinados estímulos, as atitudes manifestam-se em geral no discurso ou no comportamento quando o objeto da atitude é percebido. Além disso, as atitudes são reforçadas pela componente cognitiva e emocional (Oppenheim, 1996). Não obstante, a atitude é “uma resposta predisposta às situações, objetos, povos e outras áreas autodefinidas da vida. Tem uma componente perceptiva e outra afetiva. A última produz um sentido na atitude - positivo ou negativo. Esta, por sua vez, pode ser influenciada do elemento perceptual - nós vemos aquilo que queremos ver!” (Riley, 1996, p. 75).

As atitudes apresentam características-chave, a saber: o foco, a flexibilidade, a relação com os sentimentos e as atitudes vividas no grupo (Clark, Wood, Riley, & Wilkie, 1998). Além disso, as atitudes são fundeadas nos valores, na cultura, no comportamento habitual e no comportamento aprovado (Clark et al. 1998). O carácter das atitudes está relacionado com “um objeto, uma pessoa, uma ideia, uma parte do comportamento no ambiente individual, que influenciam a percepção, atuando na forma como o indivíduo recolhe a informação. Por sua vez, este relacionamento torna-se recíproco. Influenciam a formação de objetivos e implicam a avaliação e o sentimento” (Clark *et al.*, 1998, p. 119).

As atitudes são predisposições que determinam a ação do indivíduo de acordo com uma opinião formada de maneira implícita ou explícita. Neste contexto, a atitude pode ser definida como um estado mental e neuronal de prontidão, organizado através da experiência, que exerce influência sobre o comportamento do indivíduo perante situações ou objetos. Como tal, a atitude provoca um comportamento, favorável ou desfavorável, afirmativo ou negativo, perante um objeto com o qual o indivíduo está relacionado (Allport, 1929).

No contexto do turismo, Moscardo (2000) entende que os residentes de comunidades receptoras de turistas podem mudar substancialmente a sua atitude com o crescimento das atividades turísticas. Contudo, devemos ter em consideração que a maioria dos residentes pode não participar ou beneficiar económica ou socialmente de forma significativa no processo de desenvolvimento do turismo. Esse desenvolvimento pode provocar uma variedade de impactes, o turismo está relacionado com mudanças sociais e isso leva a um rápido e amplo crescimento, representando avanços na comunidade, padrões de vida mais altos e um total enriquecimento sociocultural que leva a percepções do que é o bem-estar.

Os membros da comunidade com interesses comerciais no turismo, tem atitudes mais positivas face à atividade, do que outros residentes sem qualquer ligação ao sector em causa. Observa-se, assim, que as atitudes são apreendidas e passíveis de serem modificadas conforme o grau de envolvimento no sector (Moscardo, 2000). Existem inúmeros fatores que influenciam a atitude dos residentes face ao desenvolvimento do turismo. Esses fatores podem ser elencados em fatores **socioeconómicos**, **espaciais** e de **dependência económica** (Jackson & Inbakaran, 2006; Harril, 2004). Para além destes fatores, deve-se ter em consideração aspetos como: as características pessoais e locais, contacto com turistas, duração da permanência, idade e idioma (Brougham & Butler, 1981).

#### **2.6.2.1. Fatores sociodemográficos**

No contexto sociodemográfico (Jackson & Inbakaran, 2006), dá-se ênfase ao ser-se nativo na região, na medida em que, as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo são culturalmente limitadas, isto porque, os nativos são mais sensíveis aos impactes sociais e culturais do turismo do que os não nativos (Sheldon & Var, 1984).

De forma semelhante, num estudo realizado no New Braunfels, Texas, Um e Crompton (1987) descobrem que a etnia era um fator determinante na atitude dos residentes face ao desenvolvimento do turismo, indicando que quanto mais ligado um residente estiver à comunidade menos positivamente percebe o impacto do turismo (Um & Crompton, 1987). Este fator é notório na duração da residência, isto é, os portadores de segundas residências - curto prazo -, apreciaram a viabilidade dos bens e serviços para o incremento do turismo, embora os residentes a longo prazo não desejem um elevado aumento do desenvolvimento do turismo (Girard & Gartner, 1993). Ou seja, os residentes a longo prazo têm uma percepção

menos favorável face ao turismo do que os residentes de curta duração (McCool & Martin, 1994; Williams, McDonald, Riden & Uysal, 1995).

Outro dos aspetos prendem-se com a existência de uma significativa relação entre a idade, a duração da residência e a atitude face ao desenvolvimento do turismo (Cavus & Tanrisevdi, 2002). O género, também se apresenta como um fator a ter em conta, na medida em que, as mulheres têm uma oposição maior ao desenvolvimento do turismo em relação aos homens, devido aos impactes negativos percebidos, embora reconheçam benefícios positivos, como por exemplo as infraestruturas (*facilities*) turísticas e os benefícios económicos (Mason & Cheyne, 2000).

Nesta perspetiva, o género é um prognóstico significativo para os benefícios económicos do turismo, onde as mulheres manifestam uma opinião mais negativa face ao desenvolvimento do turismo, estas diferenças podem ser atribuídas aos salários tradicionais e às diferenças ocupacionais (Harrill & Potts, 2003). No entanto, este resultado talvez esteja relacionado com as perspetivas feministas concernentes às mulheres e ao espaço urbano onde associam o crescente volume de turistas ao decréscimo da segurança e aos benefícios económicos marginais (Ritzdorf, 1995).

#### **2.6.2.2. Fatores espaciais**

No que diz respeito aos fatores espaciais (Harrill, 2004), a relação existente entre o espaço urbano e as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo, resulta em ligações entre atitudes em zonas de residência específica ou de turismo e a distância física entre residentes e turistas. Aqui, a ligação enfraquece quando a população e a densidade aumentam, permitindo assumir que quanto mais próximo um residente viver da zona de concentração da atividade turística, mais negativa será a sua perceção para com o desenvolvimento do turismo (Harrill, 2004).

Esta relação é importante assim como essencial, como comprovou Hester (1993), aquando de um estudo que realizou junto dos residentes do litoral de Manteo, Carolina do Norte, em que estes definiram a sua comunidade e lugares, como importante estrutura socio espacial para a qualidade de vida da comunidade (Hester, 1993). Esta informação é relevante para compreender-se que a localização apropriada de atividades turísticas, assim como na determinação de áreas adequadas para o seu desenvolvimento deve ser uma realidade aquando do seu planeamento (Hester, 1993).

Sustenta-se esta compreensão na hipótese de que uma grande concentração de turistas numa área-destino causa atitudes negativas por parte dos residentes para com os turistas e o turismo em geral (Pizam, 1978). Paralelamente, confirma-se a hipótese de relação entre a dependência económica de um indivíduo face ao turismo e sua atitude perante esta atividade. Ou seja, “quanto mais um indivíduo depende do turismo, como meio de subsistência, mais positiva é a sua atitude em relação ao turismo” (Pizam, 1978, p. 12).

### **2.6.2.3. Fatores de dependência económica**

Relativamente ao fator da dependência económica (Harril, 2004), este é o tem efeitos mais imediatos nas comunidades locais, dada a facilidade em que o turismo tem em gerar receitas (Pizam, 1978; Vesey & Dimanche, 2000). Dada esta facilidade de análise, a teoria da mudança social foi muitas vezes usada para explicar a influência da mudança material e psicológica na atitude dos residentes. Aqui, a hipótese predominante remete-se para o fato de que uma pessoa ou uma comunidade que depende do turismo tem uma atitude mais positiva face ao seu desenvolvimento (Pizam, 1978; Vesey & Dimanche, 2000).

Nesta perspetiva, torna-se pertinente referir que muitas comunidades desenvolvem mecanismos de imitação para continuar a desfrutar dos benefícios económicos do turismo, aqui, a comunidade nativa cria uma cultura falsa de si própria - uma cultura estereotipada construída para turistas -, através do uso de aspetos da sua cultura tradicional (Jordan, 1980). No entanto, nem todos os residentes conseguem desenvolver tais mecanismos de imitação. Isto porque, por um lado, os potenciais empregos e rendimentos não são vistos como significativos pelos residentes, por outro, percebem que o turismo também aumenta o custo de vida (Cooke, 1982).

Contudo, e apesar da perceção destes efeitos, reconhecem que a atividade cria negócios e reduz o desemprego (Var, Kendall, & Tarakcioglu, 1985). Porém o benefício lucrativo do turismo, muitas vezes, potencia que os residentes, que usufruindo de rendimentos do turismo, mostraram-se pouco interessados em identificar os impactes negativos, além de que, os empresários que não tiveram uma formação em turismo têm menor conhecimento desses (Caneday & Zeiger, 1991). É, então, admissível concluir que as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo variam, quer em função das comunidades, quer em resultado dos interesses e benefícios usufruídos pelos vários intervenientes.

## 2.7. Percepção e atitude dos residentes: breve síntese

A preocupação em estudar e perceber o fenómeno turístico tendo como base a atitude e a percepção dos residentes é imprescindível em qualquer destino turístico que deseje a sustentabilidade em todas as frentes. Deve-se ter em consideração o fato de que as atitudes dos residentes face aos impactes do turismo são heterogêneas. Deste modo, muitos estudos focam os seus objetivos na identificação de diferenças de atitudes face ao turismo entre os residentes de uma comunidade com diferentes origens (Ap & Crompton, 1993; Brougham & Butler 1981; Husbands, 1989; Lawson, Williams, Young & Cossens, 1998; Mason & Cheyne, 2000; Ryan & Montgomery, 1994). Além disso, alguns investigadores desenvolveram uma escala de atitude com vários itens com o objetivo de medir as atitudes dos residentes face ao turismo e de avaliar os fatores que influenciam essas atitudes (Harril, 2004; Jackson & Inbakaran, 2006; Lankford & Howard, 1994).

É clara, a existência de uma ligação entre o desenvolvimento turístico e a atitude dos residentes face aos turistas. Na medida em que, enquanto o número de turistas aumenta numa região, as atitudes dos residentes, que no início eram favoráveis em relação aos turistas, tendem a desenvolver reservas cada vez mais crescentes em relação aos benefícios a longo prazo da presença desses turistas (Butler, 1980). Isto pode acontecer por três motivos, primeiro porque as expectativas *a priori* dos benefícios do turismo eram irrealistas, segundo porque os benefícios percebidos apenas favorecem um pequeno grupo de pessoas e terceiro, porque os custos ambientais ou sociais, ao terem sido inicialmente negligenciados, levaram a que os residentes duvidassem que os turistas trouxessem vantagens para as suas localidades (Butler, 1980).

Outro fato prende-se com a ligação à comunidade, os residentes com maior ligação à comunidade em termos de lugar de nascimento, herança e anos de residência, percebem menos o impacto positivo turístico e as suas consequências na sua área-destino. Porém, os residentes não são homogêneos e os novos e antigos residentes podem ter percepções diferentes sobre os impactes do turismo (Um & Crompton, 1987). Paralelamente, existem residentes que não só suportam a indústria do turismo, como favorecem a sua expansão (Milman & Pizam, 1988).

O termo percepção é usado para descrever as disposições perante o turismo, ao invés da atitude (Ap, 1992). Além disso, os residentes avaliam o turismo em termos de mudança



social, isto é, em função dos benefícios ou dos custos previstos, obtidos no retorno dos serviços que prestam. Por outro lado, assume-se que os residentes, como atores, procuram o desenvolvimento do turismo com a finalidade de satisfazer as suas necessidades económicas, sociais e psicológicas e melhorar o bem-estar da comunidade (Ap, 1992).

Isto é, “mesmo numa comunidade onde o turismo seja imposto por outros contra a sua vontade, existe ainda uma oportunidade para avaliar a mudança, desde que seja visto como um processo dinâmico. Nestas circunstâncias, é provável que a mudança seja percebida negativamente: por um lado, há um desequilíbrio de benefícios e custos entre os atores e, por outro, não há nenhuma estabilidade no relacionamento nem existe uma manutenção em termos da motivação e da lealdade” (Ap, 1992, p. 669).

Isto porque, os benefícios decorrentes da mudança podem ser percebidos pelos residentes como uma compensação pelos custos e as “percepções podem mudar para uma disposição mais positiva” (Ap, 1992, p. 685). Todavia, os atores detêm um papel participante na mudança e na satisfação das suas necessidades e como tal, fornecem a base para a mudança social. Assim, sugere-se que a troca de recursos entre os residentes e o turismo seja equilibrada, pois assim o impacto turístico é visto positivamente pelos residentes (Ap, 1992).

Nesta ótica, o termo “dependência do turismo” (Smith & Krannich, 1998), “indica um relacionamento directo entre o nível de desenvolvimento do turismo numa comunidade e a presença de atitudes negativas dos residentes em relação ao turismo” (Smith & Krannich, 1998, p. 786). Esta hipótese apresenta a existência de uma tipologia de comunidades com diferentes experiências em termos de crescimento turístico, que inclui três perspetivas face ao turismo, a primeira, as comunidades “*tourism-saturated*”, que se encontram em destinos que alcançaram um grau elevado de desenvolvimento e em que os residentes não querem que o turismo cresça mais, a segunda, as comunidades “*tourism-realized*”, que se encontram em destinos com um nível moderado de crescimento turístico e em que existe ambivalência de opiniões entre os residentes relativamente ao desejo de mais turismo, e por último, as comunidades “*tourism-hungry*”, que se encontram em destinos onde os residentes anseiam por mais turismo como forma de aumentar o ritmo de crescimento da economia local ” (Smith & Krannich, 1998).

Outra perspetiva diz respeito aos espaços de sociabilidade da comunidade residente. Isto é, a comunidade residente tem percepções negativas dos benefícios do turismo e não estão dispostos a apoiar o seu desenvolvimento na medida, em que as percepções negativas poderão

ser o resultado do medo dos residentes, que temem que, se o número de turistas aumentar, a possibilidade de usar a área possa ser posta em causa (Gursoy & Jurowski, 2004).

Aqui torna-se relevante a importância de que o planeamento turístico deveria incluir a proteção do uso dos residentes da área de recreio ou aumentar a sua possibilidade de utilização (Gursoy & Jurowski, 2004). Esta preocupação deve ser tida em consideração porque a indústria turística está dependente da hospitalidade da comunidade local e, consequentemente, deve ser desenvolvida de acordo com as necessidades e desejos da comunidade anfitriã (Andriotis, 2005).

Neste sentido, a atitude da comunidade local é essencial para a satisfação do visitante e para a repetição da visita (Sheldon & Abenoja, 2001), assim como a análise das perceções da comunidade anfitriã para que o desenvolvimento do turismo possa desempenhar um papel vital no sucesso do destino (Swarbrooke, 1993). Alguns autores concluem que a ligação à comunidade local se traduz num sentimento de apoio ao crescimento turístico (Brougham & Butler, 1981; Jurowski et al., 1997).

Por outro lado, outros, todavia, chegaram a conclusões diferentes (Lankford & Howard, 1994), ao referirem que as comunidades diferem no nível de apoio para com o crescimento turístico, em função de fatores como: o rendimento e o grau de dependência do turismo (Snaith & Haley, 1999). Contudo, McGehee e Andereck (2004), diferem ao dizer que a maioria das características pessoais não influenciam a perceção dos impactos do turismo quando direcionadas para o benefício percebido do turismo (McGehee & Andereck, 2004).

## **2.8. Recomendações de gestão de um destino orientado para a comunidade**

Na gestão da interação entre turistas e comunidade local, torna-se necessário promover programas de ação estratégicos que permitam minimizar os riscos de um relacionamento negativo entre estes dois agentes, facilitando deste modo o sucesso do desenvolvimento turístico sustentável. Existem algumas recomendações (Avecikut & Soyballi, 2002; Eraqi, 2007; Goeldner, Ritchie, Brent & McIntosh, 2008; Raymond & Brown, 2007) que visam minimizar os efeitos negativos do contacto entre turistas e residentes, entre as quais destacamos, a saber:

- i. A consciencialização dos turistas sobre os costumes locais e diferenças culturais. Por outro lado, a comunidade local também deve ser consciencializada sobre as questões relacionadas com o turismo, de forma a torná-la mais tolerante face aos turistas;
- ii. A participação da comunidade no projeto de desenvolvimento turístico local, com vista à democratização do acesso da população residente aos benefícios do turismo;
- iii. A aposta num plano de marketing orientado para a comunidade, no qual a própria população define a sua visão, objetivos e imagem que pretende transmitir aos turistas;
- iv. O desenvolvimento de estratégias de interpretação local que evitem o desentendimento entre turistas e residentes, bem como de capacidades de negociação, gestão e resolução de possíveis conflitos. Nesta perspetiva, convém salientar que a relação entre turistas e residentes é um importante fator de satisfação ou insatisfação dos turistas, e dos residentes face ao desenvolvimento turístico. Isto porque, se a relação for negativa, a experiência da viagem será comprometida e os turistas provavelmente não regressarão ao destino. Por outro lado, os residentes que tenham experienciado maus relacionamentos com turistas irão provavelmente adotar atitudes mais hostis na sua presença.

### **2.8.1. A importância do envolvimento da comunidade local**

É importante salientar a posição da comunidade local enquanto agente ativo da atividade e principal afetada pelos impactos provocados pelo turismo. Logo, seria de esperar que a sua participação fosse ativa num projeto de desenvolvimento turístico que se declare como sustentável. No entanto, esta realidade raramente é considerada, sendo desprezado o potencial da comunidade, no sentido de “encontrar as suas próprias soluções criativas” para o desafio do turismo local (Shunnaq, Schwab, & Reid, 2008, p. 2). Esta realidade traduz-se na ausência do envolvimento da comunidade que é condicionado pelo favorecimento dos objetivos económicos estabelecidos pelos decisores centrais e locais, que se revelam incompatíveis com os desejos da comunidade (Hunter, 1997).

Manifesta-se, assim, a pertinência da criação de uma colaboração entre a comunidade local e os governos centrais e locais, de forma a alcançar-se um consenso sobre o tipo de desenvolvimento sustentável a adotar no destino (Dias, 2003; Hunter, 1997; OMT, 2003), frisando-se mais uma vez a adaptabilidade do conceito de turismo sustentável. O próprio conceito de turismo sustentável pressupõe a existência de uma estreita cooperação entre

decisores e residentes das comunidades locais, de modo a alcançar-se os interesses de todos os que são envolvidos pela atividade turística.

Esta cooperação remete para o estabelecimento de confiança entre ambas as partes, o que raramente acontece (Shunnaq *et al.*, 2008). Nesta perspetiva, devem ser definidos planos de desenvolvimento turístico que considerem as questões que se prendem com a comunidade, envolvendo-a neste processo para que possa ser esta a determinar as necessidades de desenvolvimento turístico da região em que se insere, e permitindo que esta controle os impactes do turismo que se refletem na sua qualidade de vida (Shunnaq *et al.*, 2008).

Para alcançar um envolvimento positivo da comunidade local no processo de desenvolvimento turístico do destino, é necessário delinear estratégias no processo de planeamento prévio (Rout, 2006), a saber:

- i. A definição de uma comissão de especialistas que se encarregue de controlar e orientar as práticas turísticas desenvolvidas no destino, tendo em consideração as manifestações culturais tradicionais, de forma a assegurar a sua continuidade e preservação adequadas;
- ii. O surgimento gradual da indústria turística no destino, que, numa fase inicial, deve ser implementada em pequena escala, o que pressupõe a melhoria da oferta turística a nível de infraestruturas e instalações de apoio à atividade turística;
- iii. A criação de métodos de formação das práticas e performances culturais locais, de modo a que a transmissão de valores e tradições culturais seja efetivada aos restantes membros da comunidade. Isto permite não só a sobrevivência da cultura local, como também a transmissão do sentimento de orgulho pela mesma;
- iv. A identificação do património cultural da comunidade, possibilitando o enaltecimento dos atributos únicos do destino e o posicionamento do mesmo;
- v. O estabelecimento de parcerias com localidades vizinhas, de forma a complementar a oferta turística, tornando-a integrada e mais competitiva, o que implica uma estreita cooperação entre comunidades próximas (Shunnaq *et al.*, 2008).

Depois de assegurado um adequado planeamento, as comunidades apresentam condições para serem efetivamente envolvidas no processo de desenvolvimento turístico

(Rout, 2006). É, portanto, este um dos principais requisitos da sustentabilidade de um processo que pode contribuir para aumentar a competitividade do destino.

## 2.9. Conclusão

No contexto do turismo urbano, devemos ter em consideração que a criação dos locais para este fim deve munir-se de uma clara compreensão dos elementos do design urbano e das respostas comportamentais humanas ao design urbano, bem como da construção das imagens e noções de espaço. Outra característica importante é o tempo, isto é, não se pode controlar o espaço quando este precisa de liberdade para evoluir à sua maneira e no seu próprio tempo (Lew, 2017). Porém, permitir a evolução natural é provavelmente a tarefa mais difícil e arriscada para os planeadores e profissionais do turismo.

Fazer uma reestruturação e planeamento adequados do espaço para a atividade turística, pode até mesmo servir de resistência e protesto contra o capitalismo global neoliberal e o turismo de massas (Buser, Bonura, Fannin, & Boyer, 2013) e de apoio à comunidade local (Fletcher, 2016). Porque se o espaço se apresenta como um *locus* onde se desenrolam interações sociais, mais do que reflexo da sociedade, o espaço é sociedade, é resultado da ação humana, tendo igualmente um papel ativo no modo de produção. O espaço não pode, portanto, ser encarado como uma coisa, mas antes como relações entre coisas, o espaço assume relevância quando pensamos que as relações sociais não têm meramente uma existência social, mas também espacial, estando inscritas no próprio espaço (Lefebvre, 2000).

Em associação ao espaço não podemos descurar uma variável fundamental, o tempo. Mais precisamente a relação espaciotemporal, a temporalidade dos espaços e a espacialidade dos tempos, o espaço deve ser visto na sua temporalidade, sendo que a conceção e própria apropriação do espaço varia de acordo com a mesma, considerando-se que “não há espaço sem marcas do tempo” (Fernandes, 1992, p. 61). O tempo é social, desta forma, é produzido e reproduzido enquadrado num determinado espaço (Lefebvre, 2000), “a constituição do espaço, que é historicamente produzida, também pode ser entendida a partir da funcionalidade e dos vários significados que o património cultural revela ao longo da sua história - da sua origem ao tempo presente” (Monastirsky, 2006, p. 16).

São estes os significados que dão vida à cultura, ao património e à experiência do contato com os aspetos culturais. As experiências realizadas no espaço fazem com que a

população crie laços de afetividade, o espaço “transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado” (Tuan, 2001, p. 151), o lugar é caracterizado pelo sentimento de pertença, de afetividade, porque “quando o espaço nos é inteiramente familiar, torna-se lugar” (Tuan, 2001 p.83). E “o lugar é o espaço vivido, dotado de significados próprios e particulares que são transmitidos culturalmente” (Costa & Rocha, 2010, p. 52), onde as particularidades do lugar formam o próprio património, o seu reconhecimento dá-se a partir dos valores atribuídos e do significado que eles têm para a sociedade (Costa & Rocha, 2010).

Esta preocupação torna-se essencial no caso do turismo urbano, na medida em que “o turismo urbano é melhor definido como a área de sobreposição entre os vários turismos adjetivais” (Ashworth, 2009, p. 208), cooperando em particular, “para duas grandes categorias gerais do turismo rotuladas de “*special interest*” e “*place-specific*” (Ashworth, 2009, p. 208). Circunscrevendo o turismo urbano a outras formas de turismo e à natureza das atividades dos turistas. No contexto urbano, o turista para além, de manter a sua prossecução de interesses e atividades habituais - atividade de interesse especial -, direciona o seu foco para atração, sendo que “a atração é o próprio sentido de lugar, que pode ser composto de muitos atributos culturais, estruturas e atmosferas em sentido alargado” (Ashworth, 2009, p. 208) - turismo específico do lugar -.

O espaço, seja urbano, público ou turístico, traduz-se num espaço social, de natureza ora pública, ora restrita e que é resultado de ações sociais, possibilitando a ocorrência de novas ações, sugerindo umas e proibindo outras e que impõe limites e restrições às atividades que nele ocorrem. Este é, portanto, um espaço de prática social, resultado da existência de uma multiplicidade de espaços sociais que combinam entre si, mas que também se sobrepõe e colidem (Lefebvre, 1991). Nesta perspetiva social, “o princípio ideal do espaço público assenta na igualdade do acesso (...), mas a vida real dos espaços públicos sugere-nos que estes não são apenas constituídos em termos de acesso, mas também são organizados através de formas de controlo e exclusão” (Tonkiss, 2005, p. 72).

É crucial compreender que o espaço se sobrepõe a uma multiplicidade interligações, relações, coisas, objetos e pessoas, que ocupam e circulam no espaço com particularidades e características discerníveis. São o produto e o produtor do espaço, assumindo ele próprio esta dupla natureza, produto de um conjunto de ações e relações em interação, pronto a ser usado, e simultaneamente é o meio de produção que cria oportunidade ao desenrolar destas (Lefebvre, 1991). A identificação da atitude dos residentes e os fatores que a influenciam

fornece aos planeadores e gestores turísticos uma melhor plataforma, a qual permitirá minimizar os impactos negativos e maximizar os positivos.

## **Capítulo 3. Processos de Reestruturação Turística do Espaço**

### **3.1. Introdução**

Inerente à atividade turística, o fenómeno da gentrificação tem ganho destaque não só na literatura, como também no quotidiano da sociedade. A gentrificação é um fenómeno plenamente internacional, surgido no Canadá, Austrália, Nova Zelândia e Europa (Smith, 1996). Este fenómeno é rogado para explicar processos diversos, baseados em projetos e locais distintos, colocando, por vezes, de lado uma reflexão mais apurada sobre seu efetivo azo. Existe uma perceção de que o termo gentrificação ganhou diversos “sinónimos”, entre eles renovação urbana, exclusão social ou elitista, termos utilizados para caraterizar a gentrificação, enquanto processo complexo de fenómenos diversos que vão desde as mudanças de utilizadores em determinada localidade até à expulsão dos residentes para intervenções de reestruturação urbana, o que muitas vezes não apresenta grande reflexão sobre os sentidos individuais destas referências e a sua adequação à realidade específica do espaço e do processo.

Mais que um conceito, a gentrificação expressa um processo social, económico e espacial que vai muito além do deslocamento dos residentes ocasionado pelas forças do capital, ou ainda pelo desenvolvimento do turismo. De facto, trata-se de um processo socioespacial e económico, traduzido em conceito e que acumulou uma grande complexidade de significados e aplicações, além de uma indiscutível complexidade teórica e empírica. Consequentemente, tem-se assistido à globalização do processo da gentrificação, e como tal, ocorre uma ampliação do conceito a diversos contextos locais, e onde o processo começa a ser percecionado como algo altamente sensível às condições específicas de cada área afetada.

Após compreender o processo e o conceito de gentrificação na atualidade, será realizada uma breve revisão do estado da arte sobre os parâmetros adquiridos por este conceito na ótica de vários autores, a fim de contextualizar e posteriormente, direcionar o foco do estudo para a cidade de Aveiro, e percecionar se existe ou não uma relação com o conceito e se as experiências ocorridas no contexto turístico urbano são compatíveis com os processos usualmente classificados como gentrificação.

Sob uma crescente pressão turística, os preços das casas não param de aumentar, sobretudo nos centros das grandes cidades, impelindo as populações residentes para as



periferias e impondo o encerramento do comércio local. A gentrificação tem efeitos profundos ao nível social, político, urbanístico, cultural e arquitetural. A gentrificação pode também ser vista como o processo que melhor materializa a luta de classes no espaço urbano contemporâneo, na medida em que a substituição social faz-se ao nível de classe. Paralelamente, afigura-se como um dos processos mais fortes de mudança urbana na atualidade e prevê-se que continue a intensificar-se.

Na medida em que, associado ao turismo urbano, existe uma aparente ausência de planeamento e estratégia de avaliação do impacto da gentrificação no espaço urbano, o que tem vindo a potenciar a gentrificação do turismo. Esta despreocupação é fruto da perceção, por parte dos governos, do potencial de turismo para regenerar áreas habitacionais tradicionais da cidade, com a finalidade de potenciar a competitividade da cidade no contexto global de competição urbana (Alves, 2017; Barata Salgueiro, Mendes & Guimarães, 2017; Krahmer, 2017; Mendes, 2013, 2014; Montezuma e McGarrigle, 2018; Nofre, Martins, Vaz, Fina, Sequera & Vale, 2018; Pavel, 2017; Tulumello, 2015).

Nesta perspetiva, neste segundo capítulo numa primeira fase tentaremos compreender qual o papel do senso de lugar da comunidade perante o desenvolvimento da atividade turística e de que modo o processo de urbanização turística afeta o contexto local nas mais diversas áreas. Como consequência desta reestruturação urbana, contextualizaremos o processo de urbanização e qual o papel desempenhado pelas entidades de poder local. Por último analisaremos o processo de gentrificação, desde as teorias principias, que caracterizam o processo, às formas atuais da gentrificação e adjacentes deslocamentos.

### **3.2. Senso de lugar vs. atividade turística**

O senso de lugar é “algo que é criado por indivíduos ao longo do tempo” (Paradis, 2000, p. 614), também pode ser uma resposta a características já existentes na paisagem, ou a sensação de "estar em casa" ou na cidade, que "cresce à medida que nos acostumamos a ele e aprendemos a conhecer as suas peculiaridades" (Jackson, 1994, p. 151). O espaço urbano, apesar, em certa parte, da perda das suas funções tradicionais e da sua reorientação para o turismo, os residentes ainda o determinam como um lugar central da sua comunidade, e como tal sentem um forte senso de lugar e, portanto, preocupam-se profundamente com a natureza do seu (re)desenvolvimento (Paradis, 2000). Esta reestruturação pode engrandecer

sentimentos positivos ou negativos em relação às mudanças que ocorrem, o que pode predispor indivíduos ou coletividades de indivíduos a agir em apoio ou oposição a projetos específicos de (re)desenvolvimento (Paradis, 2000).

Paralelamente, tal predisposição para a ação é o que encoraja os agentes locais a iniciarem projetos de (re)desenvolvimento. Desta forma, o senso de lugar se mistura com a economia política do lugar (Paradis, 2000), as empresas turísticas devem ter em consideração o senso de lugar e os residentes, na medida em que estes detêm um importante papel no sucesso e sustentabilidade da atividade (Liu & Cheung, 2016). Por este motivo, envolver os residentes enquanto *stakeholders* (Eusébio & Carneiro, 2010) do destino e na tomada de decisão sobre os efeitos do turismo, desprende a necessidade de conhecer as suas perceções sobre este processo (Stewart & Draper, 2007), visto que, “é ao nível local que os impactes do turismo se fazem sentir e têm efeito na qualidade de vida das pessoas, bem como na garantia da qualidade da experiência turística” (Moura, Mira, Mónico, & Breda, 2017, p. 1676).

A identidade do lugar apresenta-se como um fator determinante na gestão da atividade, na medida em que, não só tem um efeito direto e significativo sobre a autoeficácia empreendedora e o apoio à comunidade, como também tem um efeito positivo e indireto sobre o desempenho empreendedor dos empresários turísticos (Hallak, Brown, & Lindsay, 2012). Apesar do “local” exercer influência na participação das pessoas, enquanto empreendedores turísticos, prevalece uma ausência de vinculação entre o modo de operação e a noção de lugar (Hallak *et al.*, 2012).

Optamos por analisar o senso de lugar nesta dissertação, pelo facto de que esta noção se apresenta como um fator que influencia as perceções e atitudes dos residentes em relação ao turismo (Gursoy, Jurowski, & Uysal, 2002; Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Kaltenborn, Andersen, Nellemann, Bjerke & Thrane, 2008; Kwon & Vogt, 2010; Wang & Xu, 2015). Os significados do senso de lugar são ambíguos (Liu & Cheung, 2016), isto porque, os conceitos do senso de lugar, lugar de afeição, lugar de dependência e identidade do lugar são tradicionalmente sobrepostos (Jorgensen & Stedman, 2001; Lewicka, 2011).

O senso de lugar pode considerar dois conceitos, o primeiro diz respeito ao senso de lugar através do apego (Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2003), o segundo diz respeito ao uso do senso de lugar como um conceito abrangente para os conceitos de afeição ao lugar, lugar de dependência e identidade do lugar (Amsden, Stedman & Kruger, 2010; Jorgensen

& Stedman, 2001). O lugar é um centro de significado da experiência humana, das relações sociais, das emoções e pensamentos (Tuan, 2001), do senso de lugar fazem parte três componentes: o ambiente físico, as atividades humanas e os processos sociais e psicológicos humanos (Relph, 1976, 1997).

Tradicionalmente é referida a ligação entre indivíduos e lugares como um lugar de afeição (Altman & Low, 1992; Giuliani & Feldman, 1993<sup>7</sup>, citado por Scannell & Gifford, 2010), isto é, o lugar incorpora indivíduos ou grupos, processos como o afeto, a cognição e o comportamento, e lugares do ambiente físico e social (Hidalgo & Hernández, 2001; Scannell & Gifford, 2010). Portanto, o senso de lugar é visto a partir da perspectiva da geografia humana como uma combinação de construções sociais que interagem com ambientes físicos (Campelo, Aitken, Thyne, & Gnoth, 2014; Stedman, 2003). É, definido como "significados, conhecimento, afeição, compromisso e satisfação que um indivíduo ou grupo associa a um determinado lugar" (Wang & Xu, 2015, p. 242).

O senso de lugar pode também estar associada a fatores socioeconómicos, incluindo a duração da residência ou os dias passados na área (Brown, Perkins, & Brown, 2003; Jorgensen & Stedman, 2006; Nielsen-Pincus, Hall, Force, & Wulfhorst, 2010), o local de nascimento e / ou local onde cresceram (Hay, 2006), a propriedade (Brown *et al.*, 2003; Jorgensen & Stedman, 2006) e a vizinhança (Brown *et al.*, 2003; Hay, 2006; Relph, 1976). O tipo de ação, o grau de participação da comunidade nas questões do planeamento (Manzo & Perkins, 2006), e os tipos de comportamentos pró-ambientais (Scannell & Gifford, 2010; Uzzell, Pol, & Badenas, 2002) também estão relacionados à noção de lugar.

O senso de lugar prevalece como um fator determinante para o sucesso da própria atividade turística, na medida em que, as empresas sediadas no destino turístico devem munir-se de um sentido de afeição ao local, de maneira a não prejudicar negativamente a cultura local. Isto porque, os moradores locais para além de valorizarem a componente funcional do local, têm também uma forte afeição ao local e, como tal, tendem a escolher empresas que promovam e valorizem o seu lugar (Liu & Cheung, 2016).

A preocupação em que exista uma participação ativa dos residentes, quer no consumo quer na comercialização, contribui para o desenvolvimento sustentável do turismo, isto porque, as empresas de turismo que escolheram estão de acordo com os atributos do local

---

<sup>7</sup> Giuliani, M., & Feldman, R. (1993). Place attachment in a developmental and cultural context. *Journal of Environmental Psychology*, 13, 267–274.

(Liu & Cheung, 2016). Um bom exemplo de iniciativas que promovam o respeito pelo local são os moradores cosmopolitas, isto porque, são "pessoas locais com uma visão e experiência do mundo exterior que, tendo visto novos potenciais no seu lugar de origem através da sua exposição externa, voltam e apresentam iniciativas" (Lorio & Wall, 2012, p. 1446), que são fundamentais, muitas vezes, para a iniciação do turismo no local.

Por outro lado, quando são pessoas externas, ausentes daquilo que é ter a noção do lugar ou familiarizadas com a cultura local e iniciam atividades turísticas onde o tipo de negócio e modos de operação estão direcionados para o lucro. Este tipo de negócios gera geralmente, impactes culturais negativos na comunidade (Liu & Cheung, 2016). Neste sentido, devemos ter em conta os impactes negativos que podem ocorrer ao nível do destino, até porque, "o turismo, quando não planeado, pode destruir os recursos dos quais depende" (Breda & Costa, 2010, p.30). Por outro lado, embora não sejam dotados de uma ligação emocional ao local, existe uma ligação funcional com o local, na medida em que estão dependentes do desenvolvimento do turismo para a obtenção de retorno (Liu & Cheung, 2016).

O senso do lugar e da cultura local são importantes para o desenvolvimento, não só sustentável, como também social dos projetos de revitalização urbana (Yung, Chan, & Xu, 2014). Devem ser tomadas ações que potenciem o aumento do senso de lugar junto dos empresários e paralelamente da consciência da importância da preservação da cultura local. Portanto, cultivar a noção de lugar dos possíveis investidores vai proporcionar mais facilmente impactes positivos à comunidade, incluindo a satisfação para com a atividade, e consequentemente, vai contribuir para alcançar a meta do desenvolvimento sustentável (Liu & Cheung, 2016).

### **3.3. Urbanização turística**

O recente conceito de urbanização turística surge como forma de caracterizar as novas expressões urbanas oriundas da interligação entre o desenvolvimento das atividades turísticas e a emergência de novos espaços urbanos, é um processo de urbanização que produz significados e identidades sociais direcionadas para o consumo (Lopes, 2000). Isto é, refere-se ao processo pelo qual os espaços urbanos são desenvolvidos para a produção, venda e consumo de bens e serviços direcionados para o tempo livre dos turistas, através da oferta de atividades de lazer e recreação (Mullins, 1994).

A urbanização turística apresenta-se como um processo onde as cidades são construídas ou (re)desenvolvidas para atender à procura do mercado turístico, apoiando-se em infraestruturas de consumo (Mullins, 1994) e como tal, a apropriação do espaço para a atividade turística é verificada no uso do espaço e na morfologia urbana (Mascarenhas, 2004). Os espaços urbanos turísticos “representam uma nova e extraordinária forma de urbanização” (Mullins, 1991, p. 326), organizados para o consumo de bens e serviços, as cidades que outrora foram construídas para a produção são agora cidades direcionadas para o consumo.

Este processo provoca a transformação do espaço para novos usos do território, adaptação de estruturas territoriais pré-existentes a novas funções e a transformação da base económica local (Clavé, 1998). A transformação entre o velho e o novo, potenciado pela urbanização turística, resulta do surgimento de novos espaços urbanos, da perda de outros, de novos sujeitos sociais, da eliminação ou marginalização de outros e reconstrói as formas de apropriação do espaço urbano, substituindo antigos usos e elegendo novos espaços a serem valorizados para o turismo (Luchiari, 1998).

É possível distinguir dois processos distintos de produção de espaços pelo turismo e para o turismo: a urbanização turística dos lugares e a urbanização para o turismo. A primeira é aquela que cria toda a infraestrutura necessária à atividade, por outro lado, a segunda cria a infraestrutura de suporte para o turismo, em função do seu desenvolvimento no próprio espaço (Cruz, 2003). Não obstante, devemos ter em consideração que o turista é o principal agente responsável por este processo, na medida em que, sem a oferta turística técnica não existiria procura, logo a urbanização turística e a produção do espaço urbano não existiria (Maxlhaieie & Ribeiro, 2018).

A urbanização implica a criação de uma infraestrutura física direcionada para a produção, circulação, troca e consumo, como tal, “deve-se considerar o modo de como esse ambiente construído é produzido e a sua função enquanto um recurso do sistema - um complexo de valor de uso para os capitais (capital fixo) - para a produção de valores e mais-valia” (Harvey, 1981, p. 91).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Tradução nossa.

### 3.3.1. Apropriação

“O espaço urbano é o espaço de um mercado unificado de uma economia de produção” (Deák, 1985, p. 105). No entanto, dada a dinâmica do próprio espaço, têm ocorrido mudanças que se revelam como novas configurações espaciais, o espaço passa por uma reinserção na área urbana, com características funcionais e espaciais específicas, ocorridas através de processos de produção e consumo. Na medida em que, são necessárias infraestruturas fixas, com usos específicos em lugares particulares que compõem a oferta turística, e que vão desde “todos os elementos que possam despertar a curiosidade dos turistas” (Bahl, 2004, p. 44). Ou ainda, “compreende uma infinidade de aspectos, todos eles passíveis de serem explorados para a atração de visitantes” (Ignarra, 1999, p. 120).

Reestruturando o próprio ambiente físico à imagem do capitalismo através de valores de uso criados pelo trabalho humano com vista à acumulação de capital (Harvey, 1985). No contexto do turismo urbano, importa referir que os turistas são claramente distintos da população local em termos de *status*, comportamento, idioma, cultura e valores, esta diferenciação social e cultural está a reestruturar a cidade enquanto espaço urbano dotado de ambientes fragmentados (Hayes, 2015; Van Noorloos & Steel, 2016; Wortman, 2016).

Contudo, esta nova configuração muitas vezes se caracteriza como uma mudança problemática para a comunidade residente. Na medida em que, o espaço deve ser visto como uma infraestrutura coletiva enquanto meio de produção (Scott, 1980). Logo, a produção do espaço, a reprodução do espaço e o espaço de circulação representam os *stoks* básicos construídos da cidade. Representando-se como elementos funcionais essenciais de um sistema geográfico complexo. De facto, a produção do espaço significa a transformação do espaço, no sentido de que o produto final das intervenções no espaço não é resultado de uma estrutura nova, mas sim da transformação de uma estrutura existente (Furtado, 2014). Contudo, existem estruturas inalteradas na sua forma física, porém, podem ver o seu valor de uso alterado, “na medida em que o processo produtivo se desenvolve em conexão com o valor de uso da localização” (Furtado, 2014, p. 347).

O valor de uso do espaço é representado pelas localizações nele incluídas. Isto é, “o valor de uma localização é dado pelo tempo de trabalho socialmente necessário para produzi-la, ou seja, para produzir a cidade inteira da qual a localização é parte” (Villaça, 1998, p. 72). Onde, qualquer intervenção num determinado ponto do espaço provoca uma transformação em todo o espaço e, paralelamente, em todas as localizações (Furtado, 2014).

Neste contexto, torna-se crucial o adequado controlo e planeamento da produção do espaço, que numa primeira intervenção ocorre através do mercado, e, numa segunda intervenção, ocorre pela intervenção do Estado, em função dos sinais emitidos pelo próprio mercado (Deák, 1985). Aqui a particularidade social e o papel económico desempenhado pela cidade no sistema económico nacional determina a base económica local. Contudo, as cidades diferem na base económica e essas diferenças determinam a decisão dos tipos de investimentos por partes dos governos locais (Harvey, 1985).

A verdade é que o turismo é cada vez mais visto como uma vertente política, isto porque, um espaço enquanto objeto de consumo, pode ser visto como um instrumento político, um elemento de luta social ou como um produto (Shields, 1998). O que leva a que as suas readaptações e funcionalidades sejam pensadas em função disso, logo, “o modo de produção que, por intermédio das suas determinações criam formas espaciais fixas” e o próprio espaço físico é um testemunho, “e testemunha um momento de um modo de produção pela memória do espaço construído, das coisas fixadas na paisagem criada” (Santos, 1996, p. 138).

Paralelamente, o homem que produz o espaço em função das suas necessidades económicas, é também um ser social que produz esse espaço em função das suas necessidades sociais - espaço social -. Logo, considera-se que o “espaço social é o local de reprodução das relações de produção da sociedade em toda a sua complexidade” (Shields, 1998, p.153), onde o “espaço social é simultaneamente um meio de produção” (Shields, 1998, p. 160).

As mudanças no carácter e função dos espaços públicos urbanos direcionam-se em duas direções (Maik, 2011). Primeiro, caracteriza-se como um espaço de comunicação e consumo onde os indivíduos procuram satisfazer as suas necessidades, segundo, é um espaço aberto e acessível a todos, porém apresenta uma tendência para se "fechar". Em ambos os casos, o espaço público tende a desaparecer e a sua qualidade e acessibilidade a deteriorar-se (Bauman 2000; Maik 2011).

Áreas que tradicionalmente eram espaços públicos tornam-se cada vez mais privados, esses espaços surgem como espaços fragmentados, descontínuos, desconectados e dificilmente relacionados com a cidade (Harvey 1985; Dymnicka 2008). A fragmentação do espaço urbano é uma consequência da mudança nas dinâmicas da vida social e de uma crise social das cidades (Mikułowski-Pomorski, 2006). Neste processo de dispersão de funções,

lugares e pessoas, é desempenhado um importante papel pelos novos “usuários da cidade”, que determinam impactos na transformação e organização da cidade (Sassen, 1999).

Os aspetos físicos do espaço turístico, é “consequência da presença e distribuição territorial de atrativos turísticos que, não podemos esquecer, são a matéria-prima do turismo” (Boullón, 1991, p. 65). Além dos elementos físicos destinados à atividade turística o espaço turístico deve fazer-se munir de um sistema de serviços urbanos de apoio, “serviços disponíveis para a população residente do destino turístico” (Ignarra, 1999, p. 31). O que caracteriza o espaço turístico como uma inclusão dos espaços de vivência e de produção. Isto é, a inclusão de variados serviços urbanos e infraestruturas básicas destinadas ao atendimento da população, mas que também beneficia os turistas.

O ato de construir nos espaços é caracterizado pela reprodução de modelos e de criação de novas possibilidades de relação social, as representações do espaço podem ser vistas “como a lógica, as formas de conhecimento, os conteúdos ideológicos e as teorias do espaço que estão ligadas às relações de produção” (Shields, 1998, p. 163). Contudo, a materialidade que se encontra no espaço não pode ser confundida com a imaterialidade e subjetividade do espaço. Até porque, o turismo tem vindo a agregar-se a estes espaços a partir dos significados representados, ou seja, do que eles representam ou representaram a para uma determinada sociedade. Como tal, o espaço é “a soma dos resultados da intervenção humana, e é formado pelo espaço construído que é também o espaço produtivo” (Santos, 1982, p. 19).

Um dos problemas fundamentais dos espaços urbanos é a sua apropriação. A apropriação pode ser entendida como o direito de uma pessoa para com alguma coisa (Kwiatkowski, 2010), a apropriação usurpadora do espaço consiste na apropriação, mais ou menos ilegal e até de forma simbólica, este processo pode ser inocente ou até prejudicial para as comunidades. A classificação de usurpação distingue três componentes: usurpação funcional, usurpação cultural e usurpação quase criminosa e criminosa (Kwiatkowski, 2010).

O caráter público indica dois tipos de apropriação espacial: a posse de pessoas e a propriedade do Estado (Rawls, 1993), o conflito entre estas duas formas de apropriação (re)produz a vida cotidiana urbana, o padrão espacial e o conteúdo sociopolítico de diferentes ambientes de vida dentro de três escalas: a reprodução de si através do apego ao lugar, a



construção e reprodução do ambiente quotidiano e a reprodução da vida cotidiana por meio da apropriação espacial em escala urbana (Mierzejewska, 2011).

Seguindo este raciocínio, a esfera pública deve ser neutra de modo a minimizar a possibilidade de apropriação e até mesmo da liberdade individual, o que pode acontecer caso os interesses particularistas prevalecerem (Rawls, 1993). Para minimizar esta situação, os valores universais devem ser empregados na criação dos espaços públicos (Rawls 1993; Kowalczyk 2009). Com base na dicotomia uso-criação, as áreas são reproduzidas e apropriadas como "espaços representacionais" através de conflitos ocultos ou explícitos, que (re)produzem significado histórico, função urbana e forma espacial. Estes fenómenos espaciais ocorrem na vida cotidiana e sobre o espaço, o que é revelado através do "espaço vivido" (Ilkay, 2016).

A apropriação dos espaços da cidade ocorre através da relação existente entre os aspetos físicos do espaço, com a articulação dos interesses sociais e económicos que se manifestam favoráveis às possibilidades que os espaços oferecem. Porém, devemos ter em consideração que os espaços apropriados são lugares de quotidiano, na medida em que “na prática, os espaços nos quais pensamos quase sempre são lugares, por serem dotados de significado e por se conectarem a um sentido de lugar, a um *sense of place*: o lar” (Souza, 2016, p. 118).

As mudanças decorrentes do processo de urbanização, em que se insere a atividade turística, são muitas vezes desejadas pela comunidade. Contudo, ocorrem alterações sociais e ambientais, que resultam em novas exigências no que diz respeito à responsabilidade do poder público em assegurar benefícios, não apenas para os turistas, mas, também, para a comunidade local (OMT, 1998).

É importante salientar que as apropriações não implicam uma ausência de adequação. Na verdade, podem, muitas vezes indicar criatividade, capacidade de reaproveitamento das infraestruturas públicas, projetos de reorganização territorial e a construção futura de ambientes desta natureza. As apropriações dos espaços públicos são vistas como mecanismos de defesa e superação da população aos modelos urbanísticos impostos pelos planeadores (Santos & Vogel, 1985). Aqui, a apropriação apresenta-se como “fator propício à ampliação da compreensão dos desejos e das necessidades da população e respetivo vínculo ao ambiente urbano” (Mendonça, 2007, p. 297).

A discussão sobre os efeitos do turismo no processo de transformação do espaço devem ser uma constante, e devem-se apresentar formas de minimizar os efeitos da atividade. A criação de estratégias direcionadas para a sustentabilidade do espaço, devem potenciar a que os mesmos não sejam unicamente direcionados a um cenário comercial, exclusivamente para o turista, uma vez que, para o residente, este espaço é uma referência cotidiana (Yazigi, 2003). Neste contexto local, as alterações do espaço para a atividade turística, apresentam-se como uma possibilidade concreta de minimização das diferenças económicas regionais, através da melhoria nas condições de vida da comunidade local (Cruz, 2000).

Não podemos descurar que algumas transformações ocorridas no espaço resultante do desenvolvimento da atividade turística podem ser previstas. Contudo, outras acontecem inesperadamente, o que consolida a necessidade da participação dos diversos segmentos da sociedade no que diz respeito às questões de planeamento que tenham como foco, não apenas a componente económica como também os lugares turísticos da cidade enquanto lugares de quotidiano. Não esquecendo as potencialidades culturais e naturais que apresenta, sem negligenciar a sua capacidade de transformação social nem as necessidades das comunidades locais (Ávila, 2009).

Verifica-se que os aspetos históricos, culturais e naturais da cidade estão enraizados em cada construção e em cada elemento concreto. Desta forma, as pessoas que vivem no espaço urbano atribuem significados, representações, desejos e sonhos que dão um sentido ao espaço vivido, estes significados urbanos podem ser positivos ou negativos, e vão delineando o espaço social. Assim, o urbano, compreendido em várias imagens, é uma produção social do espaço, representado pela produção de bens no plano económico, pela produção de vida, de ideias e de perceções dos atores sociais que preservam esse espaço. Isto porque, preservar o espaço é preservar um património material e imaterial, que faz parte da história das pessoas que lá vivem (Bomfim, 2010).

Devemos ter em consideração que o processo que determina o uso do lugar pode caracterizar dois tipos de definição de apropriação (Lew, 2017). A primeira caracteriza-se por ser um processo de apropriação orgânica, que resulta da tradição e geografia cultural e que está associado ao senso de lugar. Este tipo de apropriação caracteriza-se pela forma de como um grupo expressa os seus valores, perceções, memórias e tradições num determinado espaço geográfico (Coates & Seamon, 1984; Massey, 2005; Othman, 2013; Rose-Redwood,

2011; Tuan, 2001; Wortham-Galvin, 2008) e determina o modo de como os lugares são reivindicados e moldados através das práticas sociais cotidianas (Dyck, 2005; Lems, 2016).

A segunda, é uma apropriação planeada, como o próprio nome indica, envolve um planeamento, muitas vezes económico, e que influencia o comportamento das pessoas e molda as suas perceções em relação ao lugar (Lew, 2012). Este processo caracteriza-se pelo desenvolvimento de locais de entretenimento na cidade, que são os principais atrativos quer para residentes, quer para turistas (Gottdiener, 2001; Lew, 2001; Paradis, 2004). Neste contexto, o turismo ganha destaque na apropriação do espaço através da apropriação planeada, essencialmente através da reestruturação do espaço, criação da imagem e do marketing. De qualquer modo, ambos os processos são intrínsecos, na medida em que a produção orgânica do lugar é fundamental para o processo de apropriação planeado (Lew, 2017).

A componente orgânica do lugar não requer planeamento, isto porque, faz parte da natureza humana a criação de lugares que reflitam e identifiquem não só quem é como também a que grupo cultural pertence (Pink, 2008), mesmo perante processos de globalização que insistem em prevalecer (Martin, 2003). Nesta perspetiva, podemos considerar a existência de uma clara distinção entre os lugares que são profundamente formados através da componente orgânica e que se apresentam como uma atração turística e os lugares que são destinos temáticos totalmente planeados, o que também determina uma forte atratividade turística (Lew, 2017), é claro que muitos lugares são uma mistura destes dois extremos (Hultman & Hall, 2012).

Por último, devemos ter em consideração a paradoxalidade que existe na apropriação do espaço para o turismo, se por um lado, o território conjectura uma apropriação económica, ideológica e política do espaço (DiMéo, 1996, 1998), toda a sociedade tem um território, como tal, produz território, organiza e modela o espaço através de práticas materialistas simbólicas (Brunet, 1991). Por outro, existem muitas maneiras de criar território, assim como de se estabelecer laços territoriais através dos significados que são impregnados no lugar, contudo, os territórios também são destruídos pela ação social e individual (Paasi, 2003). Na medida em que, para o turista, o espaço turístico não é um lugar da sua identidade, um espaço de quotidiano, mas sim um espaço temporário e não habitual (Duhamel, 2008) e esta falta de senso de lugar, na maior parte das vezes, caracteriza um desrespeito pelo lugar.

### **3.3.1.1. O papel político no processo de apropriação**

O afastamento das cidades da esfera pública, a privatização das cidades e do espaço urbano, não é um problema estético, é um crime político e um processo social que se apresenta como um problema, igualmente social (Nawratek 2005; Kopel 2009). O que determina a necessidade urgente da criação de uma instituição que proteja o espaço público (Bauman 2007; Kopel 2009), é indiscutivelmente necessário existir “um planeamento e política clara para o setor” (Breda & Costa, 2010, p. 29). A adequada gestão do espaço público é uma responsabilidade de autoridades locais, que devem conduzir uma política de gestão espacial destinada a garantir que os residentes têm o amplo acesso ao espaço público, que seja minimizada a exclusão e apropriação do espaço e que seja protegida a diversidade social e os interesses dos grupos sociais mais fracos (Mierzejewska, 2011).

O desafio de manter um equilíbrio entre a criação e a apropriação do lugar é um processo político que, inevitavelmente, resulta de interesses privados (Peirce, 2011; Hultman & Hall, 2012). Este desafio poderia tornar o processo de negociação mais claro, na medida em que permitisse que os participantes visualizassem melhor os possíveis resultados inerentes às opções de planeamento políticas (Lew, 2017). A criação do lugar direcionado para o turismo, requer uma abordagem com orientação social (Friedmann, 1987), esta abordagem caracteriza um aspeto significativo do planeamento - a tentativa específica de conectar formas de conhecimento com formas de ação no domínio público (Friedmann, 1987) - esta tentativa é pertinente, na medida em que, o lugar enquanto local é sempre apropriado e deve ser sempre incentivado através de políticas e práticas adequadas (Lew, 2017).

A apropriação do lugar, quando planeada, deve ter em consideração o contexto local e com vista ao desenvolvimento e participação da comunidade. A entidade de poder local deve fazer um esforço para aumentar a igualdade, a participação, a inclusão e o capital social no processo de apropriação. A integração do Estado no processo de criação de um espaço turístico determina na maior parte das vezes, o seu sucesso (Kent, 2013). Até porque, o governo deve ser visto como um planeador e defensor do turismo (Hultman & Hall, 2012), onde a criação dos lugares pode ser facilitada ou dificultada pela regulamentação, quando está em excesso (Lew, 2017). Em alguns contextos, a segregação sócio espacial é vista como uma consequência de ações privadas e ausência de ações do poder público (Caldeira, 2000),

aliás, o poder público chega mesmo a participar na construção desta segregação (Arantes, 1998).

Nesta linha de pensamento, é crucial compreender que o papel do estado determina-se em função da existência de uma cooperação local, na medida em que, o seu papel é observado através da perceção que os *stakeholders* e os residentes locais têm sobre a qualidade do desenvolvimento do turismo (Hall, 2000; Pearce, 2013; Saraniemi & Kylänen, 2011) e das condições que os responsáveis públicos locais valorizam e disponibilizam para potenciar o desenvolvimento do turismo. Assim, e independentemente do papel que a iniciativa privada pode desempenhar nas questões de apropriação e rentabilização dos espaços urbanos, compete às entidades de administração central e local a criação de um quadro de referência que inclua as orientações básicas em matéria de organização e ocupação do espaço (Jeffries, 2001; Stynes, 2004).

### **3.4. O processo de gentrificação**

Nesta secção, analisaremos o conceito de gentrificação, enquanto processo estrutural urbano, associaremos o mesmo ao turismo e apresentaremos os seus impactes nos níveis estruturais e sócio-espaciais, não só na cidade ou bairro, como também nas comunidades. A opção por analisar-se este processo, incidiu na relevância que o mesmo tem no contexto do turismo urbano, e possivelmente, pudesse associar o mesmo às questões de apropriação dos espaços, embora públicas. Até porque a gentrificação é uma forma de apropriação espacial, mas cada vez mais sócio-espacial (Cocola-Gant, 2018).

Os primeiros estudos sobre gentrificação focalizaram os espaços urbanos degradados e surgiram na década de 60. A socióloga britânica Ruth Glass (1964), utilizou pela primeira vez o termo para analisar as alterações provocadas pela classe média na estrutura social e habitacional dos bairros londrinos (Less, Slter, & Wyly, 2010). O termo pretendia caracterizar o processo de substituição das classes populares pelas classes superiores - classe média / alta - nos espaços urbanos, que de certo modo, eram desvalorizados pela própria classe popular (Bidou-Zachariasen, 2006).

É fato que a gentrificação está associada às migrações e às novas relações estabelecidas. Contudo, a gentrificação não pode ser vista unicamente como uma substituição de classes sociais em determinado espaço físico, há mudanças provocadas pelas

atividades de lazer e turismo que impõe novos padrões de consumo e estrutura imobiliária (Solana-Solana, 2010).

É uma consequência direta das mudanças no espaço, e é parte integrante de um amplo e complexo processo de (re)estruturação urbana e (re)organização espacial. Este processo estabelece-se em função das necessidades do modo de produção económica e da estrutura da sociedade (Furtado, 2014). Neste contexto, devemos ter em consideração que o desenvolvimento e crescimento económico não ocorre unicamente através da expansão geográfica, mas também através da diferenciação interna do espaço geográfico, onde a produção do espaço caracteriza-se por ser um processo desigual. Como tal, a gentrificação, a renovação e os processos de reestruturação urbana são parte integrante dos processos de diferenciação do espaço geográfico na escala urbana (Smith, 1996).

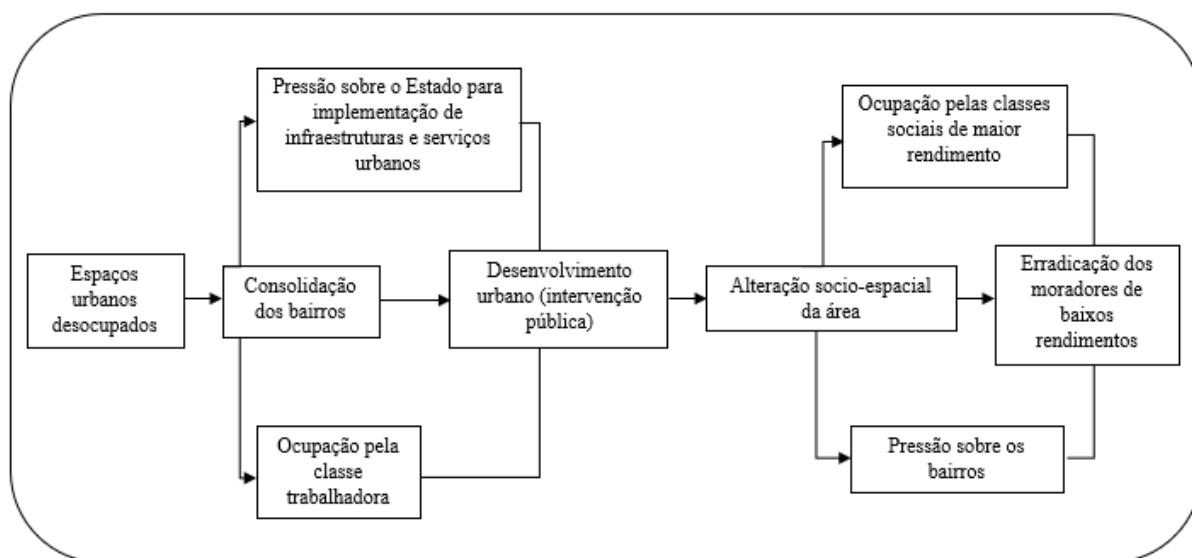
Para analisar o que é gentrificação é necessário entender o contexto no qual o processo se desenvolve. Isto porque, a análise não deve ser unicamente direcionada para a espacialização dinâmica da produção, mas também para os processos do uso do solo para a habitação (Furtado, 2014). Desta forma, é difícil isolar a gentrificação como um simples caso de substituição da habitação de baixo custo por projetos habitacionais direcionados para os estratos médio e alto. Na verdade, o que está a ocorrer é um processo de gentrificação da cidade (Smith & Williams, 1986).

Torna-se pertinente referir que este processo não determina “uma tendência irreversível de exclusão” (Furtado, 2014, p. 342). Na medida em que podem e devem existir as residências de baixo custo, e como tal a sua permanência nas áreas ocupadas, quer pela Intervenção do Estado, quer pela (re)estruturação urbana, determina a funcionalidade entre estas camadas sociais.

Este processo de transformação precisa de ser visto como uma constante (re)estruturação do espaço urbano, na medida em que o espaço é agora marcado por “processos tão diversos como suburbanização, desindustrialização, reestruturação, gentrificação e renovação urbana, levam em direção a uma total reorganização da estrutura espacial da hierarquia urbana e são parte de um processo geral de contínua reformulação de ambientes geográficos para atender as necessidades da aceleração do tempo no espaço.” (Harvey, 1985, p. 28).

Contudo, é preciso referir que, mesmo que o processo de gentrificação seja visto como uma especificidade das sociedades capitalistas, não se deve esquecer que os processos

envolvidos advêm sempre de e intenções particulares. Assim, o fenómeno da gentrificação deve ser interiorizado como um processo de abrangência de tendências estruturais, especificidades históricas e contexto social (Furtado, 2014). Isto é, o processo de gentrificação é parte da formação social, o que justifica a produção, circulação e consumo como causas para o processo primário de gentrificação (Figura 3).



**Figura 3. Processo de gentrificação primário**

Fonte: Elaborada pelo autor, baseado em Furtado (2014).

A gentrificação caracteriza as inúmeras transformações que alicerçaram as sociedades urbanas contemporâneas e assinalam a evolução dos territórios, que através de complexos processos adquirem novos modelos de organização espacial e funcionamento estrutural urbano (Cerqueira, 2014). Sob a forma de moldes urbanos disseminados e fragmentados, a cidade testemunha movimentos simultâneos e contraditórios, onde o espaço atua como produto social e meio de controle, que materializa a organização social (Mendes, 2011). Simultaneamente, a gentrificação evidencia as dinâmicas de marginalização urbana e os desafios de articulação entre as transformações urbanas, sociais e estruturais do território (Cerqueira, 2014).

O fenómeno tem incidido principalmente sobre diversas áreas centrais urbanas que, como são alvo de políticas de revalorização urbana, reinventam-se como espaço de residência, consumo e lazer. A maioria dos estudos realizados aborda o conceito clássico de gentrificação, privilegiando a análise do impacto das reestruturações e transformações

urbanas no local de residência e sobre as experiências dos indivíduos que lá habitam (Mendes, 2011).

Paralelamente, verifica-se que a gentrificação enquanto processo que incide sobre as estruturas comerciais é abordado de maneira superficial (Criekingen & Fleury, 2006). Nesta perspectiva, é crucial associar a relação entre as atividades de comércio e as dinâmicas urbanas, uma vez que as transformações de tais estruturas se traduzem no surgimento de uma nova procura local, que leva à apropriação do mercado pelas classes superiores - qualificadas (Cerqueira, 2014). Neste contexto, a análise da estrutura comercial urbana representa-se como um elemento necessário para a compreensão da própria estrutura urbana.

Seguindo esta perspectiva, surge a "nova geografia do comércio", que se fundamenta na reconfiguração das estruturas de serviço e que conduz a uma modificação da antiga geografia do comércio à chamada "geografia do consumo" (Mermet, 2011). Estas novas dinâmicas organizam-se em função dos protótipos culturais que se configuram em novos espaços de consumo e de produção identitária que procuram disponibilizar experiências em torno dos modos de vida das classes superiores - média / alta -, as quais se apropriam dos espaços em questão (Jayne, 2004).

Se anteriormente a cultura e o consumo figuravam-se como duas categorias paradoxais, atualmente observa-se um processo de comercialização da cultura, o que lhe determina um papel crescente na conceção dos produtos capitalistas (Scott & Leriche, 2005), que ocorrem pela redescoberta das práticas cotidianas e da dimensão local, assim como da identidade local, articuladas às características e às matrizes que circunscrevem as relações do e no espaço urbano (Santos, 2002).

O processo de gentrificação é uma componente espacial visível da transformação social e logicamente, tem se apresentado como um processo dinâmico. Assim, limitar o significado e a aplicação do conceito, é, um risco (Furtado, 2014). Na medida em que, deveríamos "considerar a grande quantidade de processos e agentes que contribuem para esta reestruturação, entender as relações entre processos, aparentemente independentes e, desta forma, procurar e construir novos estudos de caso para assim redefinir o conceito" (Smith, 1986, p. 3). O contexto atual assinala a emergência de uma nova definição de gentrificação, que evoluiu de um processo pontual e característico às áreas centrais para uma estratégia global articulada à reprodução das dinâmicas capitalistas (Mendes, 2011).



A gentrificação enquanto processo deve incluir uma reestruturação do ambiente construído, números significativos de recém-chegados de classe média ou alta, o deslocamento dos habitantes locais e a alteração da paisagem (Davidson & Lees, 2005, 2010). O ponto importante da gentrificação é que a mesma resulta no deslocamento dos residentes, que por razões já enunciadas, não conseguem suportar os custos da residência, logo a gentrificação pode ser considerada uma expressão da desigualdade social (Slater, 2006; 2004).

A gentrificação corresponde a um “processo de desalojamento dos residentes de classe trabalhadora que são substituídos por grupos de classes sociais mais altas e é um processo de reabilitação física dessas áreas” (Less, Slater & Wyly, 2010, p. 27). E é um processo de desapropriação que está a ocorrer no lugar, que anula a gentrificação enquanto processo que “traz vida” às áreas desinvestidas e, que em vez disso, caracteriza um processo representativo de uma nova geografia de exclusão socioespacial (Cocola-Gant, 2018).

#### **3.4.1. As duas principais teorias da gentrificação**

Desde o surgimento do conceito, destacaram-se duas teorias que visavam uma compreensão mais clara do fenómeno da gentrificação. A primeira, a teoria de David Ley (1981), a dos **humanistas liberais**, que destaca o papel da escolha individual, da cultura e do consumo, e a segunda, de Neil Smith (1979), dos **marxistas estruturalistas**, que destaca o papel do capital, das classes sociais, da produção e da procura (Hamnett, 1991). O estudo da gentrificação passa pela compreensão de três aspetos fundamentais do contexto socioeconómico no século XX: primeiro, o declínio do uso da mão de obra na produção industrial e o desenvolvimento e importância da tecnologia; segundo, o papel ativo dos governos; e terceiro, a emergência de uma nova classe social, como resultado das transformações sociais, económicas e da divisão social do trabalho, com padrões de consumo peculiares (Ley, 1981).

Para além do contexto económico-social, que explica o surgimento dos “gentrificadores” (Ley, 1981, p. 132) que pertencem a uma nova classe económica com valores e padrões próprios, dá-se ênfase à questão cultural na compreensão do fenómeno da gentrificação, onde os modos de vida, a diversidade cultural e a arquitetura dos ambientes influencia as decisões de deslocamento dos indivíduos, o que explica o retorno às áreas centrais e históricas das cidades.

Em oposição Smith (1979), adota como ponto de partida na sua teoria o movimento do capital no espaço urbano, mais especificamente as questões de produção de residência capitalista que, na sua visão, dá oportunidade ao desenvolvimento de um processo de gentrificação. Esta teoria consiste na explicação da gentrificação através da dinâmica de investimento e desinvestimento urbano relacionada com a variação do preço do solo em diferentes áreas da cidade. Segundo Smith (1979) o movimento de suburbanização fez com que as áreas centrais fossem ocupadas por classes de menor rendimento e que não detêm recursos para se mudarem para os subúrbios, o que leva à deterioração e desvalorização de tais áreas. No entanto, apesar do baixo valor de venda dos imóveis nestas regiões, o seu potencial de valorização, dada a sua localização, poderia ser definido como elevado, esta valorização determina-se como um diferencial *rent gap*<sup>9</sup>.

Deste modo, o investimento nestas áreas passa a ser atrativo, como tal, existe um investimento através de “processos de renovação ou revitalização urbana” (Smith, 1979, p. 547). Porém, estas transformações espaciais, que procuram valorizar o território, implicam a saída da população que originalmente habitava aquelas áreas e a entrada de grupos sociais de maiores rendimentos, que garantem um maior retorno aos investidores imobiliários o que se constitui como o processo de gentrificação. Para Smith (1979), o papel do consumo e da procura, do grupo social a que se pertence e a escolha pessoal fica em segundo plano quando se trata da gentrificação, isto porque, e apesar destas variáveis determinarem a compreensão do processo, o *rent-gap* e as disposições de produção capitalista surgem em primeiro plano (Smith, 1979).

Para terminar, o ponto em comum das definições formuladas por ambas as teorias é que a gentrificação envolve uma mudança na composição social da área, dos seus residentes e na natureza imobiliária. Na medida em que estas áreas se apresentam como um alvo de investimento atrativo, como tal, sem a atratividade económica os investimentos não se realizam e a gentrificação não ocorre (Smith, 2013). Assim, ambas as teorias se determinam como complementares para uma visão mais completa da gentrificação.

---

<sup>9</sup> O *rent gap*, teoria desenvolvida por Neil Smith (1987), explicita o fenómeno da gentrificação como resultado do investimento no espaço construído que visa a eliminar (*gap*) entre a renda efetiva paga pelos habitantes e a renda potencial que pode ser auferida, caso estes sejam substituídos por outros residentes com mais poder económico.

### **3.4.2. As formas atuais da gentrificação**

Tem-se verificado que as pesquisas sobre o processo de gentrificação têm apresentado casos e situações que, apesar de não obedecerem aos requisitos do conceito tradicional, acabam por se encaixar no complexo processo que é a gentrificação, o que abrange as suas possibilidades e significados. Uma das formas atuais de gentrificação refere-se às transformações do espaço público que, reestruturados urbanística e arquitetonicamente, determina novas normas e formas de usos explícitas ou implícitas, o que acaba por potenciar a exclusão dos residentes locais e sua substituição por grupos com maior poder económico. Esta gentrificação dos espaços públicos estabelece uma escolha e exclusão social (Zukin, 1995). Se por um lado, as alterações nos espaços públicos iniciam ou consolidam o processo de gentrificação, por outro, o processo está relacionado com o interesse da alteração do espaço com vista à sua, em harmonia com parcerias entre o setor público e o setor privado.

Apesar das peculiaridades, este processo é entendido pela substituição dos grupos sociais destes espaços. Outra forma atual do fenómeno da gentrificação é a gentrificação comercial, trata-se da iniciativa dos comerciantes de determinada área em reestruturarem os seus comércios com vista a atrair um novo segmento de público, com maior poder de compra e que passa a frequentar o local com mais frequência, os turistas (Crieking & Fleury, 2006).

Existe ainda a gentrificação de novas construções, este processo consiste na construção de residência para as classes média/alta áreas centrais e industriais. Esta forma de gentrificação, apesar de ser mais próxima do conceito clássico, diferencia-se na questão da expulsão dos residentes de classe social mais baixa que habitam no local. Na medida em que, neste caso, as construções são novas, em terrenos que não eram utilizados para residência, esta particularidade torna este processo um quanto sutil. Contudo, estabelece uma exclusão indireta através dos novos padrões de consumo e residência estabelecidos no local (Davidson & Lees, 2005).

Estas formas atuais de gentrificação, podem ser entendidas como estudos de casos com peculiaridades na fase inicial do processo, que nos casos apresentados é iniciado por atores distintos, como o Estado (no espaço público) e os comerciantes, na gentrificação comercial. No que diz respeito à gentrificação de novas construções, este processo distingue-se pela facilidade de investimento do capital imobiliário na região, visto que os terrenos se encontram fora do mercado imobiliário.

Atualmente, percebe-se a existência de uma tendência de ampliação do conceito de gentrificação, com alguma relativização dos fatores tidos como indispensáveis para a sua caracterização, esta ampliação pretende abranger os processos ocorridos em contextos, que embora sejam diferentes, ocorrem por intermédio da globalização do fenómeno (Zukin, 1995). Devemos ter em consideração que a aplicação do conceito, nomeadamente num contexto urbano, deve ser cautelada, não só pelo fator dinâmico que distingue o espaço urbano, mas também pela complexidade que caracteriza o processo. Nesta perspetiva, o processo de gentrificação e a sua caracterização espacial só deve ocorrer obedecendo a parâmetros mínimos, entre eles a existência da junção de dois elementos, as intervenções físicas e a substituição da população, estes elementos são fundamentais para que se possa classificar a ocorrência de um processo de gentrificação (Davidson & Lees, 2005).

### **3.4.3. O processo de gentrificação no contexto do turismo**

A relação entre turismo e cidade não é recente (Ashworth & Tunbridge, 1990; Mullins, 1991). Associando a gentrificação à atividade turística, surge o termo “gentrificação do turismo” (Gotham, 2005) identificado como uma consequência da atitude das elites locais ao recorrerem ao turismo como forma de extrair lucro da cidade (Janoschka, Sequera, & Salinas, 2014). As investigações direcionadas para esta temática mostram que as práticas sociais do chamado “pós-turista” (Hiernaux-Nicolas & Gómez, 2014) ou “turista urbano” (Maitland, 2010) tornam-se indiscrimináveis das atividades dos residentes. Porém, o visitante é considerado um usuário que se sobrepõe às dinâmicas cotidianas da cidade e, como consequência, ocorre uma valorização mais vincada das áreas de consumo turístico (Maitland, 2010).

O turismo, para além da sua relação à economia, desencadeia o debate em áreas como a sustentabilidade, mobilidade, residência, usos da cidade, recursos culturais e sociais, recursos disponíveis e os impactos gerados nas comunidades receptoras. Como efeito da massificação do turismo e à crescente visibilidade que o turismo ganhou no seio da política pública e como força para o desenvolvimento regional e urbano (Bec, McLennan & Moyle, 2016; Espiner, Orchiston & Higham, 2017; Kato, 2018; Lew & Cheer, 2018; Luthe & Wyss, 2014; Munro, Allison & Moore, 2010; Prayag, 2017; Sheppard & Williams, 2016).

O turismo urbano está a crescer, muito por culpa do urbanismo, enquanto fator de interesse, da sociedade cada vez mais de consumo e da internacionalização global dos

sistemas financeiros que reconhecem a potência da regeneração econômica urbana apoiada por políticas urbanas e locais. Isto, a par das mudanças nas motivações do turista, direcionadas para a procura do turismo urbano, da importância dada às questões da preservação do património construído e da valorização dos centros históricos das cidades, provocaram várias mudanças urbanas, incluindo no mercado imobiliário, o que facilitou o processo de gentrificação (Ashworth & Page, 2011; Barata Salgueiro, 2017; Barata Salgueiro *et al.*, 2017; Cocola-Gant, 2015, 2016a, 2016b, 2018; Delgadillo, 2015; Gravary-Barbas & Guinand, 2017; Hiernaux-Nicolas & Gómez, 2014; Mendes, 2016; Wilson & Tallon, 2012).

Da gentrificação aliada ao turismo, surge a gentrificação do turismo (Cocola-Gant, 2015, 2016a, 2016b, 2018; Gotham, 2005; Gravary-Barbas & Guinand, 2017; Hiernaux-Nicolas-Gómez, 2014; Liang & Bao, 2015; Mendes, 2016; Pinkster & Boterman, 2017; Wilson & Tallon, 2012), que pode ser definida como um processo de mudança socio espacial, onde os bairros são transformados em função das necessidades dos consumidores e turistas (Cocola-Gant, 2015).

Contudo, a expansão de aluguéis de férias é vista por diferentes comunidades como uma ameaça que está a acelerar as dificuldades de acesso à habitação (Cocola-Gant, 2016; Colomb, 2012; Füller e Michel, 2014; Kesar, Dezeljin & Bienenfeld, 2015; Opillard, 2016; Peters, 2016). A gentrificação é, portanto, um processo que coloca em causa o acesso à habitação. Na medida em que, a política do planeamento urbano direccionou-se para o extermínio das residências, esta evidência não é nem nova, nem convulsiva na história do planeamento (Cullingworth & Nadin, 2006; Cherry, 1996; Hall, 2002; Ward, 2004). Esta gestão ocorre como consequência da concentração dos valores de terra no centro da cidade, o que determina a desigualdade social como sintoma da pobreza urbana (Hall, 2002; Reade, 1987).

Ao associarmos o turismo e a gentrificação, devemos ter em atenção que ambos os processos são considerados coautores na produção da cidade e, como consequência, são resultado de estratégias utilizadas para trazer capital e consumidores às cidades, onde ambos tendem a coexistir no espaço (Cocola-Gant, 2015; Gotham, 2005; Judd, 1999; Mullins, 1991). Existem casos onde a difusão de espaços gentrificados resulta na transformação do espaço em destino turístico. Contudo, noutros casos as estratégias de promoção turística

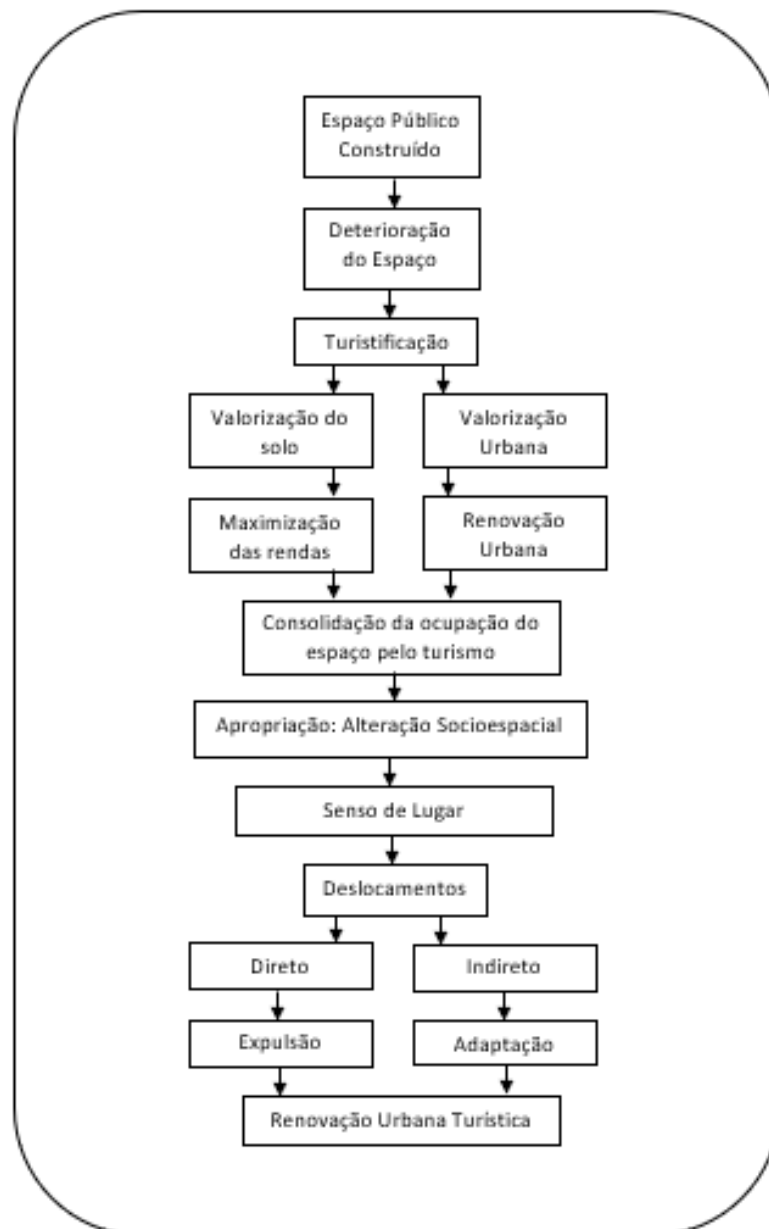
urbana produzem um novo ambiente “construído”, o que potencia processos de gentrificação.

Tradicionalmente considerava-se o turismo como um fenómeno isolado (Judd, 1999). Contudo, o turismo e a gentrificação são processos que se cruzam, como tal, o turismo pode ser interpretado como um processo gentrificante (Cocola-Gant, 2018). A gentrificação enquanto fenómeno está intrinsecamente associada ao turismo, na medida em que é uma causa direta deste, o turismo ameaça o direito de "permanência" das populações nos locais de residência, muito por culpa dos processos de turistificação (Gladstone & Préau, 2008; Gotham, 2005; Herrera, Smith & Mejías, 2007).

A gentrificação do turismo tem sido particularmente associada às cidades. Contudo, o processo também afeta os espaços não-urbanos (Cocola-Gant, 2018). Nesta perspetiva, a gentrificação do turismo pode ser tida como um exemplo de "outras geografias de gentrificação" (Phillips, 2004). O desenvolvimento do turismo em áreas urbanas tem ocorrido em lugares que não foram planeados, mas sim reestruturados e modificados como espaços turísticos. Consequentemente, a atração de turistas acelera a pressão da gentrificação, na medida em que o uso do espaço determina o aumento do seu valor e como tal, das propriedades residenciais. Onde o surgimento de novos espaços de consumo determina o interesse em promover o turismo local por parte dos proprietários (Logan & Molotch, 2007).

O turismo urbano surge como resultado de processos contemporâneos de reestruturação urbana, dos quais a gentrificação desempenha um papel crucial. Por um lado, como causa da existência de concorrência interurbana de capitais móveis e consumidores (Harvey, 1989; Judd, 1999; Meethan, 2001). Por outro, pelo surgimento de uma nova classe média voltada para o consumo de lazer (Fainstein & Gladstone, 1999; Judd, 1999; Mullins, 1991).

A ocorrência do turismo e da gentrificação deve ser considerada como uma consequência do processo de reestruturação económica e espacial (Figura 2.), em função de mudanças nos padrões de consumo e emprego (Cocola-Gant, 2018). A gentrificação do turismo pode ainda ser vista como um precursor para a promoção do lugar, na medida em que disponibiliza um ambiente turístico dotado de oportunidades de consumo, espaços e infraestruturas (Fainstein & Gladstone, 1999; Furtado, 2014; Judd, 2003; Maitland & Newman, 2008; Novy & Huning, 2009).



**Figura 4. Processo de Gentrificação Turístico**

Fonte: Elaborada pelo autor, baseado em Furtado (2014).

Contudo, o investimento intensivo na promoção do turismo pode levar ao surgimento de uma procura considerável por residência e como tal, incentiva a gentrificação (Spirou, 2011; Torres & Momsen, 2005). Não obstante, “a gentrificação é mais resultado da “turistificação” e da política urbana dos governos locais, do que dos processos da classe média” (Hiernaux-Nicolas & Gómez, 2014, p. 55). Na medida em que, se inicialmente a gentrificação era processada pelos próprios gentrificadores, atualmente, o processo é potenciado pela intervenção dos municípios, em parceria com a iniciativa privada, na

promoção de estratégias de regeneração urbana onde a revalorização e a patrimonialização surgem como principais objetivos (Cerqueira, 2014).

Nesta perspectiva, a geografia das políticas públicas, revelam a implicação crescente dos atores políticos em harmonia com a difusão da gentrificação (Clerval, 2005). Do ponto de vista da economia político cultural, o turismo assim como a gentrificação resultam do papel fundamental que atividades como a cultura e o consumo desempenham junto das estratégias de desenvolvimento económico urbano (Amin & Thrift, 2007; Ribera-Fumaz, 2009; Zukin, 1995).

A sobreposição do turismo e da gentrificação também pode ser observada em contextos não-urbanos, seja em áreas rurais (Donaldson, 2009; Phillips, 2002) ou áreas costeiras (Freeman & Cheyne, 2008). A gentrificação rural e costeira está ligada ao ambiente natural que estes locais oferecem às pessoas que procuram um lugar para escapar ao meio urbano, é uma forma de turismo permanente (Hines, 2010). Estas áreas foram reestruturadas em função de uma base económica principalmente turística, onde as infraestruturas de lazer e as segundas residências desempenham um papel crucial (Cocola-Gant, 2018). Não obstante, muitas áreas rurais foram valorizadas e reestruturadas em instalações de lazer para servir, tanto residentes como turistas (Phillips, 2002).

A gentrificação do turismo mostra-se importante particularmente nos lugares onde o turismo representa um fator central de desenvolvimento, como é o caso de Portugal (Nofre, 2013; Pavel, 2015). Aqui a gentrificação, enquanto processo, é suportada pelos turistas, na medida em que são consumidores do local e não como produtores do processo. Neste sentido, ressalva-se o papel do estado enquanto produtor do destino turístico como “elemento-chave” (Cocola-Gant, 2018) para a expansão geográfica do capitalismo (Britton, 1991; Gotham, 2005; Janoschka, 2014).

Para entender a geografia da gentrificação do turismo, devemos ter em consideração dois pontos. O primeiro, a distribuição espacial desigual do trabalho e o facto de que nas economias periféricas o turismo representa-se como o método mais fácil para atrair capital e consumidores. O segundo, como consequência do desenvolvimento desigual do capitalismo, a progressão da gentrificação nos lugares que dão foco ao turismo, como uma ferramenta de competição territorial não é consequência da procura por parte da classe média local, mas sim pelos turistas enquanto consumidores de lugares (Cocola-Gant, 2018).



A existência de uma diferença entre o poder de compra dos turistas e dos moradores locais determina o surgimento de uma pressão no mercado (habitação e serviços) o que torna os lugares cada vez mais inacessíveis para a população local. Isto porque, o “turismo e o lazer se tornam grandes áreas de investimento e rentabilidade, com peso para o setor da construção, para a especulação imobiliária e para a urbanização generalizada” (Lefebvre, 1991, p. 353).

A gentrificação do turismo é um processo onde o crescimento do número de turistas coloca em causa o “direito” da população em “ficar”. Neste sentido, ao caraterizar o processo de gentrificação do turismo, devemos ter em consideração que com o turismo ocorre um deslocamento dirigido. Esta noção torna-se pertinente sobretudo para o contexto de políticas públicas, na medida em que estes deslocamentos colocam em causa a suposição de que o crescimento do número de turistas é inerentemente positivo (Cocola-Gant, 2018).

O ponto importante a enfatizar é que tanto o turismo como a gentrificação são processos que se alimentam e se sobrepõem no tempo e no espaço. Embora em alguns casos a proliferação de espaços gentrificados se torne num destino turístico, em outros as estratégias de promoção urbana produzem um novo ambiente construído que, por sua vez, atrai novos moradores com rendimentos mais altos e, portanto, incentiva processos de gentrificação. De facto, os dois processos coexistem e estão geralmente interconectados um ao outro. Independentemente de qual o processo que incentiva o outro, a conclusão é que ambos tendem a coexistir no mesmo ambiente urbano, resultando no que é chamado de gentrificação do turismo (Cocola-Gant, 2015, 2016a, 2016b, 2018; Gotham, 2005).

Portanto, poderemos considerar a gentrificação uma transformação política, que resulta em transformações sociais, na medida em que, as ações políticas de transformação passam pela transformação dos corpos (indivíduo humano), ao mesmo tempo em que a transformação dos corpos passa pela ação política, visto que o indivíduo humano é um animal político que não se realiza autonomamente, mas socialmente e só se pode individualizar no meio social através de referências com os seus semelhantes (Harvey, 2000).

#### **3.4.3.1. Deslocamento e desalojamento**

Com o desenvolvimento, reestruturação, modernização comercial e a transformação das áreas residenciais em espaços de entretenimento e consumo turísticos dá-se a ocorrência

de novos usos e usuários nos bairros e como consequência um extenso deslocamento das comunidades (Cocola-Gant, 2015). Este tipo de reestruturação completa na forma de como é utilizado o espaço, e por quem, o que inclui a extinção de serviços dos quais os residentes dependem na sua vida cotidiana, como consequência da privatização do espaço público ou por questões de acessibilidade (Cocola-Gant, 2015). O que pode ser visto como um mecanismo de exclusão que limita a qualidade de vida dos moradores, neste contexto, o processo de deslocamento indireto ganha ênfase (Davidson, 2008; Davidson & Lees, 2010; Marcuse, 1985; Slater, 2009). Com isto, podemos referir que não é apenas a dinâmica do mercado imobiliário que caracteriza os motivos pelo qual ocorre o deslocamento dos residentes (Cocola-Gant, 2015).

Existe uma clara distinção entre "deslocamento direto" e "deslocamento indireto". O primeiro, diz respeito à migração do bairro ou ao momento concreto de desocupação, por outro lado, o segundo, diz respeito a um processo de longo prazo que caracteriza um conjunto de pressões que dificultam progressivamente a permanência dos residentes e afeta a sua qualidade de vida (Davidson, 2008, 2009, 2010; Davidson & Lees, 2005, 2010; DeVerteuil, 2011; Newman & Wyly, 2006; Slater, 2009).

O deslocamento direto quando não ocorre, não pode ser visto como um obstáculo à gentrificação. Isto porque, se os residentes se recusam a sair, a sua permanência deve-se à implementação de estratégias adaptativas de sobrevivência com ou sem o apoio do governo local. Contudo, esta atitude determina uma degradação geral da sua qualidade de vida. Neste contexto, a gentrificação pode ser vista como um processo de longo prazo no qual o deslocamento, direto, se ocorrer, é o resultado (Cocola-Gant, 2018).

Por outro lado, o deslocamento indireto, caracteriza-se pela imposição de diferentes tipos de "pressões de deslocamento", que colocam em causa o bem-estar dos residentes, são as forças que dificultam a permanência dos residentes ao longo do tempo e que estão na origem de uma sensação de perda, "as pressões do deslocamento são a manifestação primária do processo antes da ocorrência do deslocamento direto" (Cocola-gant, 2018, p. 50)., o vivenciar da experiência das pressões de deslocamento indica que está a decorrer um processo de gentrificação.

As pressões de deslocamento, podem estar subentendidas em duas escalas, a escala doméstica e a escala da vizinhança, a primeira representa um conjunto de pressões que são essencialmente económicas e que refletem o fato de que os residentes de baixos rendimentos

representam um obstáculo à acumulação de capital. Nesta escala podemos ter em consideração dois tipos de pressão, a primeira diz respeito à pressão dos proprietários, que perpetuam estratégias que podem levar ao deslocamento direto dos residentes ou, paradoxalmente, à implementação de estratégias de sobrevivência para estes permanecer (Cocola-Gant, 2018).

A segunda, diz respeito à pressão do deslocamento excludente, caracteriza a acessibilidade da residência nas áreas gentrificadas e atua em dois níveis. O primeiro, impossibilita a capacidade dos residentes de se mudarem para bairros que outrora eram acessíveis (Marcuse, 1985; Slater, 2009). O segundo, causa a incapacidade de realojarem-se, dada a falta de alternativas (Criekingen, 2009; DeVerteuil, 2011, 2012; Marcuse, 1985). A segunda escala, da vizinhança, as pressões de deslocamento são expressas através de pressões econômicas, culturais e políticas, estas pressões, muitas vezes levam à mudança comercial e à privatização do espaço público (Cocola-Gant, 2018).

Este tipo de pressões leva os moradores a vivenciarem uma “perda do lugar”: uma desapropriação forçada do espaço e um deslocamento para um novo contexto social subjugado (Davidson, 2008, 2009; Davidson & Lees, 2010). Como tal, a gentrificação é considerado um processo de longo prazo, na medida em que o deslocamento direto é o resultado significativo de que os residentes não conseguem / podem mais permanecer (Davidson & Lees, 2010). A gentrificação é, portanto, sinónimo de renovação urbana do centro da cidade (Lees, Shin, & López-Morales, 2015a), e que surge como um dos principais problemas existenciais da atualidade: a crescente mercantilização, a desigualdade e injustiça do mercado imobiliário urbano (Lees, Shin, & López-Morales, 2015b).

O deslocamento, enquanto processo, é geralmente entendido como um “deslocamento residencial involuntário relacionado à habitação” (Marcuse, 1985, p. 205), ou seja, a dado momento uma família é forçada a sair do seu local de residência. De modo a complementar a definição, Marcuse (1985) agrega dois conceitos, “deslocamento exclusivo” e “pressão de deslocamento”, o primeiro refere-se ao aumento drástico dos preços de habitação, o que determina a impossibilidade de mudança de residência para uma área que anteriormente se caracterizava como acessível. O segundo, refere-se à falta de instalações acessíveis e também à destruição das redes sociais dos moradores como consequência da transformação dos bairros (Marcuse, 1985).

Este último, apresenta-se como fundamental para perceber as implicações da gentrificação comercial. Isto porque, à medida em que a área se torna “cada vez menos habitável, a pressão de deslocamento já é severa” (Marcuse, 1985, p. 207). O que pode levar os residentes a mudar de bairro, não só pelos efeitos individuais sentidos pela pressão de deslocamento, mas também pela mudança de vizinhança.

Como principais causas para o surgimento de um processo de gentrificação, destaca-se o aumento do uso da terra, consequência do surgimento de novos espaços de consumo turístico, que por sua vez determina o aumento dos valores da terra, o que por fim determina o aumento dos preços dos imóveis. Consequentemente, o turismo acelera a gentrificação, na medida em que torna mais difícil a permanência dos residentes e permite que só os usuários afluentes se desloquem para a área em questão (Logan & Molotch, 2007). Isto é, a abertura de alojamentos turísticos reflete o deslocamento direto dos residentes (Cocola-Gant, 2016b), este processo retira as unidades habitacionais do mercado e, como tal, acelera o aumento dos preços das casas (Cocola-Gant, 2016b; Opillard, 2016; Peters, 2016).

Existem três tipos de deslocamentos, o deslocamento residencial, comercial e baseado no lugar (Cocola-Gant, 2016a, 2016b). O primeiro, é impulsionado pelas políticas orientadas para a atividade turística e estão a afetar várias cidades e bairros, isto porque, existe uma crescente transformação de residências em alojamentos turísticos (Arias-Sans & Quaglieri-Domínguez, 2016; Colomb, 2012; Russo & Quaglieri-Domínguez, 2014; Stors & Kagermeier, 2015).

Paradoxalmente, se por um lado, o crescimento do alojamento turístico acelera os processos de deslocamento residencial, por outro, existem lugares onde a preservação histórica é impulsionada pelo turismo, e como tal, a reabilitação de edifícios históricos, muitas vezes residenciais, é impulsionada pelos investidores do turismo (Pavel, 2015; Vives Miró, 2011). Contudo, a habitação em cidades históricas atravessa um processo onde os inquilinos são trocados por turistas transitórios, na medida em que, os inquilinos representam-se como obstáculos à acumulação de capital. Aqui, a gentrificação do turismo é vista como um processo de exclusão espacial (Cocola-Gant, 2018).

Segundo, o deslocamento comercial, observou-se que uma das principais consequências do turismo é a mudança da vizinhança como resultado da gentrificação comercial (Fainstein & Gladstone, 1999; Sandford, 1987; Zukin, 1995), é visto como parte integrante de um processo de gentrificação simbólica no qual os agentes de mudança são os

novos espaços e serviços (Bolzoni, 2014; Janoschka, Sequera & Salinas, 2014; Rousseau, 2009).

Com o crescimento da procura surge a expansão de instalações de entretenimento, aqui dá-se a ocorrência do deslocamento do comércio local utilizado pela população residente para dar lugar a empresas de teor turístico ou multinacionais. Isto ocorre como consequência do aumento do valor dos imóveis, o que também afeta as propriedades comerciais e este aumento torna-se fundamental para perceber a razão pela qual ocorre a substituição de lojas locais por infraestruturas que suportam este aumento, a este respeito, Gotham (2005) refere que “o último dos cafés da esquina e as cafeterias locais estão hoje competindo por espaço com algumas das maiores corporações do mundo” (Gotham, 2005, p. 1112).

Por último, o terceiro, o deslocamento baseado no lugar, existe a possibilidade da existência de residentes que não passem pelo processo de um deslocamento residencial. Contudo, a dominação do espaço por parte dos turistas pode deslocá-los dos lugares a que eles pertencem, aqui o deslocamento pode ser reduzido e orientado para um momento em específico (Davidson, 2008, 2009; Davidson & Lees, 2010). Este processo de gentrificação origina um novo contexto sociocultural, onde prevalece junto dos moradores uma sensação de expropriação dos lugares que habitam ou "perda do lugar". Isto é, “os lugares pelos quais as pessoas definiam a sua vizinhança tornam-se espaços com os quais já não se associam” (Davidson, 2008, p. 2392). A experiência de viver em espaços de consumo turístico é a causa da existência de tensões cotidianas que tornam a vida residencial cada vez mais difícil (Cocola-Gant, 2018).

Em suma, em primeiro lugar, a gentrificação comercial expulsa os serviços e o comércio local de que os moradores necessitam (Cocola-Gant, 2015; Terhorst, 2003). Em segundo lugar, a privatização dos espaços públicos resulta no descontentamento dos moradores, que reclamam a inexistência de espaço para atividades não comerciais. É pertinente referir que as lojas e os espaços públicos são muitas vezes considerados espaços de encontro para a comunidade residente, o deslocamento destes espaços significa que os locais de reunião desaparecem e os moradores perdem uma importante componente daquilo que é a sua vida social e comunitária (Degen, 2004; Häussermann & Colomb, 2003).

Em terceiro lugar, outro ponto de descontentamento dos residentes prende-se com uma clara redução da qualidade de vida (Gravari-Barbas & Jacquot, 2016; Nofre, 2013), a existência excessiva de pessoas nos espaços públicos (Cocola-Gant, 2015; Peters, 2016) e as

pressões ambientais (Colomb & Novy 2016). A gentrificação do turismo resulta numa profunda modificação do lugar, onde os residentes perdem os recursos e as referências pelas quais definem a sua vida cotidiana, a perda do lugar é resultado de uma progressiva procura por destinos turísticos urbanos (Cocola-Gant, 2018).

#### **3.4.3.1.1. Alojamento local como nova forma de desalojamento**

Como pode ser constatado, anteriormente, nos capítulos findos, os impactes do turismo referem-se às modificações provocadas pelo processo de desenvolvimento turístico no destino, atuando como um agente de mudança (Mathieson & Wall, 1982; Wall & Mathieson, 2006). Onde o fenómeno e a sua materialização no território ocorrem através de um processo de turistificação do espaço (Knafou, 2012), - considera-se "turistificação" a (re)estruturação ou "(re)adequação espacial" em função da atividade turística (Vasconcelos, 2005, p. 47) - num contexto de forte dinamização da cultura e do lazer como novos negócios urbanos (Harvey, 1989b).

A recente difusão dos apartamentos turísticos nas cidades tem vindo a tornar-se num dos assuntos mais recorrentes no seio social e político. O surgimento e acentuada presença de plataformas como o *Airbnb* ou o *Booking* transformaram, o sector do alojamento turístico, a forma como as pessoas viajam, as dinâmicas do sector da habitação e a estrutura social dos bairros e comunidades, ao nível da vizinhança (Gago & Cocola-Gant, 2019). O alojamento local surge como uma nova, e mais lucrativa, forma de rentabilidade para senhorios e investidores, esta nova forma de subjugar o alojamento no contexto económico, comprova que esta atividade, não se resume à partilha de casas por residentes (Arias-Sans & Quagliari-Domínguez, 2016; Cocola-Gant, 2016b; Gurran & Phibbs, 2017; Wachsmuth & Weisler, 2018).

O alojamento local é, pode ser considerado como uma forma de economia de partilha. Este conceito surgiu aquando do surgimento das plataformas digitais através das quais pudesse oferecer serviços, objetos, pedir emprestado ou comprar o que procura. Neste contexto, a economia de partilha diz respeito a situações em que os residentes "partilham" de modo ocasional, a sua casa com turistas. Contudo, a ideologia de partilha não é uma evidência, esta por sua vez, dá lugar a um processo de investimento ao nível habitacional, onde os agentes lucram através das rendas e em que a comunidade residente é desalojada (Gago & Coloca-Gant, 2019).

Nesta linha de pensamento, o desalojamento é um exemplo de gentrificação, na medida em que, ocorre através do arrendamento a curto prazo e não de novos residentes a longo prazo, ao contrário da gentrificação clássica. Assim, a gentrificação é definida como um processo de investimento e reabilitação no espaço construído com a finalidade de lucro, este processo determina mudanças sócio-espaciais que provocam o desalojamento dos habitantes com menos recursos económicos (Gago & Cocola-Gant, 2019).

O uso de residências para o turismo está a transformar as áreas residenciais em áreas turísticas. A comunidade do bairro preexistente (Firmino da Costa, 2008) está a ser substituída por habitantes temporários que visitam o bairro (Gago & Cocola-Gant, 2019). Deste modo, o turismo e os seus turistas temporários potenciam e proporcionam a anulação dos *rent gaps* locais. Isto porque, as rendas obtidas através do alojamento local são consideravelmente superiores às obtidas com o arrendamento para habitação e, por este motivo, os senhorios se opõem à renovação dos contratos de arrendamento e alugam as suas propriedades através das plataformas digitais. Esta atitude determina um desalojamento direto dos residentes (Marcuse, 1985).

Este fenómeno coloca em causa, não só um desenvolvimento turístico adequado, como também, o direito à cidade. Isto porque, os residentes vivenciam desvantagens claras em permanecerem num lugar em processo de gentrificação, o que resulta numa sensação de que o espaço foi apropriado por “outros”. O desalojamento dos residentes, numa primeira instância é económico, mas, numa ótica mais aprofundada, é também cultural (Gago & Cocola-Gant, 2019).

### **3.7. Conclusão**

A primeira definição de gentrificação caracterizava-se por ser um processo onde os profissionais da classe média reabilitavam residências de baixo custo em áreas para a classe trabalhadora. Contudo, alguns autores apresentaram um conceito mais flexível de gentrificação (Davidson & Lees, 2005, 2010; Lees, 2008, 2015). Estes argumentam que as novas formas e geografias da gentrificação são diferentes manifestações de um processo de produção do espaço em função da procura por parte dos usuários afluentes (Hackworth, 2002) que, pode determinar o deslocamento dos habitantes, o “fenómeno da gentrificação é global, na medida em que os espaços urbanos em todo o mundo estão cada vez mais sujeitos

ao (re)investimento de capital global e doméstico para serem transformados em novos usos que atendam às necessidades dos habitantes mais ricos” (Lees, 2005, p. 442).

Torna-se pertinente explorar os impactes sócio-espaciais do turismo urbano e compreender a gentrificação do turismo e de que forma o turismo e a gentrificação estão relacionados. Esta análise, afigura-se pertinente na medida em que, este fenómeno é caracterizado como algo inerentemente positivo (DeVerteuil, 2011). Os processos de deslocamento são induzidos pela gentrificação, e moldados e acelerados pelo turismo (Cocola-Gant, 2018). Para tal apresenta-se quatro pontos que caracterizam o turismo enquanto processo modificador do espaço. O turismo não pode ser considerado uma atividade só economicamente rentável, existem processos que colocam em causa a positividade da atividade no seu todo. Isto porque, “a indústria é apenas mais um exemplo de acumulação por desapropriação” (Cocola-Gant, 2018, p. 197).

Em primeiro, a mudança populacional, a gentrificação do turismo na sua generalidade resulta no declínio da população e das famílias, este declínio é resultado de um processo de fuga populacional em função das dificuldades encontradas em viver numa área de consumo turístico. Os residentes são substituídos por usuários transicionais, assim como os serviços e espaços de que estes precisam. Isto porque, as mudanças no sistema habitacional, em vez de acolher moradores, está a transformar-se em serviços para os turistas. Isto resulta numa forma de gentrificação transicional (DeVerteuil, 2017; DeVerteuil & Manley, 2017). Deve-se ter em atenção a relação existente entre o turismo e a mudança populacional, na medida em que estas mudanças ocorrem em função da procura e de como as estruturas demográficas em mudança influenciam o consumo do turismo (Bernini & Cracolici, 2015).

Em segundo, o deslocamento, como já foi referido, o deslocamento motivado pelo turismo provoca a migração dos residentes. Independentemente de haver ou não deslocamento espacial, as perturbações causadas pelo turismo resultam num sentimento de perda, que é sentida como uma expulsão. Contudo, se as pessoas permanecem, não é por falta de pressão (Marcuse, 1985), até porque o turismo é vivido diariamente. O deslocamento significa muito mais do que o deslocamento espacial (Davidson, 2009) e esta situação está a levar os residentes de vários destinos a protestar contra o crescimento do turismo (Colomb & Novy, 2016).



O deslocamento enquanto processo pode ter formas diretas e indiretas de deslocamento. O primeiro, o deslocamento direto é um resultado, uma vez que determina o abandono da área (Marcuse, 1985). O segundo, o deslocamento indireto diz respeito à existência de pressões e caracteriza-se por ser um deslocamento a longo-prazo mesmo não sendo espacial. Isto é, “uma ausência óbvia de deslocamento direto não pode ser interpretada como uma falta de deslocamento por completo” (Davidson, 2008, p.2401). Contudo, para muitos moradores, a reação à pressão do turismo resulta em encontrar maneiras de permanecer (Cocola-Gant, 2018).

Em terceiro, a produção de espaço, é um facto de que a produção do espaço direccionada para dar resposta às necessidades do turista envolve a reabilitação de edifícios e espaços, muitas vezes, em centros históricos. De certo modo a gentrificação explica o investimento turístico em ambientes construídos - cidades - (Davidson & Lees, 2010; Lees, 2015), na medida em que os espaços apresentam lacunas de investimento e que graças ao turismo são valorizados, criados e apropriados (Smith, 1996). Isto é, a falta de investimento anterior criou uma oportunidade de investimento lucrativo. Contudo, devemos ter em atenção que para a realização de valor é necessária uma procura efetiva (Aalbers & Christophers, 2014; Harvey, 1999), e o turismo tem essa capacidade, assim como a de aumentar o valor do espaço (Gotham, 2005; Logan & Molotch, 2007; Schäfer & Hirsch, 2017).

Porém, a gentrificação envolve mais do que simplesmente fornecer espaços gentrificados em áreas urbanas degradadas (Lees, 2008), é também visto como resultado da produção do espaço urbano, e neste sentido, pode assumir várias formas em diferentes contextos geográficos (Atkinson & Bridge, 2005; Janoschka, 2014; Lees, 2012; Lees, 2016). O que pode ser entendido como turistificação (Cocola-Gant, 2018).

Por esta razão, devemos interpretar o turismo numa ótica de urbanização, isto porque, “o turismo precisa de ser visto como uma solução espacial” (Cocola-Gant, 2018, p. 206). Na medida em que, do turismo e da produção do espaço resulta uma relação imprescindível, chegando mesmo o turismo a ser o principal impulsionador do investimento imobiliário e consequentemente determina-se como base do setor económico em muitas áreas (Lefebvre, 2000).

Em quarto, e último, a geografia da gentrificação, a gentrificação do turismo deve ser compreendida como um resultado de desenvolvimento geográfico desigual. Na medida em

que, a promoção turística e procura de lazer explicam como o processo ocorre de forma heterogénea (Turner & Ash, 1975). Neste contexto, devemos ter em consideração que a ocorrência da gentrificação do turismo em espaços urbanos não é um resultado espontâneo do mercado, mas sim do papel do turismo no mercado imobiliário, da transformação de áreas residenciais em espaços de entretenimento para turistas e da criação de destinos (Cocola-Gant, 2018).

O turismo não se representa unicamente pela imposição de pressões, assim como o espaço social é um produto social (Lefebvre, 1991), o turismo determina, assim se espera, uma atividade social que visa a valorização do “lugar” e da vida social que antecedeu à imposição de limites físicos e simbólicos, onde as continuidades territoriais e racionalidades culturais se evidenciam como atratividade turística (Garcia, 2017). Contudo, na medida em que a nova racionalidade do espaço é determinada pelo consumo turístico, o espaço outrora “abstrato” é fisicamente limpo, desprovido do mistério, significado cultural e religioso, e é embalado e consumível (Herzfeld, 2006; Lazzari, 2011; Lefebvre, 1991). Esta nova estética inibi os outros sentidos do espaço e oculta as forças que moldaram o espaço (Garcia, 2017), o que caracteriza a capacidade do turismo em transformar patrimónios em objetos turísticos (Meskell, 2002).

Nesta perspetiva, devemos ter em consideração que a diferença entre gentrificação turística e gentrificação clássica reside no *status* efêmero e provisório dos usuários. A primeira é considerada temporária, na medida em que, existe um processo onde o espaço é produzido para consumidores transitórios de experiências urbanas. A segunda, estabelece-se sobre o realojamento de uma nova comunidade de pessoas de classe média. Em ambos os contextos, a área afasta-se da característica de bairro residencial, esta situação origina a sensação de expropriação onde o espaço é usado por "outros", caracterizando estes espaços de consumo como um não-lugar, “um lugar onde a vida social não é possível e o mundo é entregue à individualidade solitária, ao fugaz, ao temporário e ao efêmero” (Auge, 1995, p.78).

Para concluir, podemos associar os conceitos de gentrificação e *overtourism*, na medida em que, o primeiro é uma consequência do segundo. O *overtourism* pode ser caracterizado como “um fenómeno complexo que afeta fortemente a habitabilidade de um lugar, bem como as experiências de moradores, turistas e diferentes partes interessadas, direta ou indiretamente, envolvidas ou afetadas pelo turismo” (Peeters et al., 2018).

A cidade e o turismo estabelecem uma relação conexas (Ashworth & Tunbridge, 2000; Mullins, 1991; Law, 2002). Hoje, no entanto, o turismo urbano está a crescer a uma escala nunca vista, este crescimento vincula-se em aspetos como: o crescimento do urbanismo do mercado, uma sociedade de consumo e a internacionalização global dos sistemas financeiros urbanos. Estes fatores servem de base para uma oferta turística atrativa e lucrativa, onde ocorrem importantes investimentos para a preservação do património construído e para a promoção de ambientes cosmopolitas. Estes investimentos desencadearam várias mudanças urbanas, nomeadamente no mercado imobiliário, o que produz a gentrificação e o *overtourism* (Ashworth & Page, 2011; Barata Salgueiro, Mendes & Guimarães, 2017; Barata Salgueiro, 2017; Cocola-Gant, 2015, 2016a, 2016b, 2018; Delgadillo, 2015; Gravary-Barbas & Guinand, 2017; Hiernaux-Nicolas & Gómez, 2014; Mendes, 2016; Wilson & Tallon, 2012). O *overtourism*<sup>10</sup> acarreta consigo problemas sociais vários, dos quais se destacam os residentes locais desagradados, a experiência turística danificada, sobrecarregada das infraestruturas, impactes negativos ambientais e ameaças à cultura e ao património (Dichter & Manzo, 2017).

Neste sentido, e em última análise, podemos considerar que o desagrado por parte dos residentes perante a atividade turística, possivelmente, surge como consequência das disputas pelo espaço urbano, que vão além dos bens de consumo coletivo, as disputas que ocorrem no espaço urbano surgem pela necessidade do direito à cidade (Lefebvre, 1969), esta disputa é uma ferramenta de cidadania plena onde as necessidades humanas se manifestam para que possam habitar e se apropriar dos seus espaços de convivência. O direito à cidade (Lefebvre, 1969), implica a participação efetiva na produção da cidade, enquanto espaço socialmente produzido, aqui o espaço urbano surge ora, como meio para esta ação, ora, como objeto/objetivo pelo qual se disputa, e quando este direito se é negado, os residentes se predispõem a um papel ora, passivo, ora, ativo de negação face à atividade turística.

---

<sup>10</sup> Termo relativamente novo de debate público e académico sobre os efeitos negativos do turismo. Contudo, o fenómeno em si não é novo, na medida em que, a sobrecarga turística e os seus impactes ao nível são alvo de estudo há décadas.

### **III. Investigação Empírica**

## Capítulo 4. Caraterização de Aveiro enquanto destino turístico

### 4.1. Introdução

Neste capítulo descreve-se sumariamente a região onde se encontra o objeto de análise nesta dissertação - a freguesia de Glória e Vera Cruz -, pertencente ao município de Aveiro (NUT III), região centro (NUT II). O capítulo inicia-se com uma breve caracterização geográfica da Região, seguida de uma caracterização demográfica e económica. Posteriormente, segue-se uma caracterização enquanto destino turístico, que será realizada com base em dados secundários disponibilizados pelo INE.

### 4.2. Caracterização geral da NUT III - Aveiro

#### 4.2.1. Caraterização geográfica

A NUT III Região de Aveiro, integra 11 municípios, sendo eles: Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga e Vagos. Este território apresenta uma área total de 1692,86 Km<sup>2</sup> (INE, 2018). Por sua vez, o município de Aveiro integra 10 freguesias: (i) Aradas; (ii) São Jacinto; (iii) Cacia; (iv) Esgueira; (v) Santa Joana; (vi) Eixo e Eirol; (vii) São Bernardo; (viii) Glória e Vera Cruz; (ix) Oliveirinha; e (x) Requeixo, Nossa Senhora de Fátima e Nariz (Fig. 1). O município abrange uma área total de 197,58 Km<sup>2</sup> (INE, 2018).



**Figura 5. Mapa do Concelho de Aveiro**

Fonte: Researchgate<sup>11</sup> (Retirado a 12.08.2019)

<sup>11</sup> [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

#### 4.2.2. Caracterização demográfica

Os dados estatísticos demonstram um crescimento sustentável da população do Município de Aveiro, que passou de 46.055 habitantes em 1960 para 77.630 em 2017 (INE, 2018). Estes valores foram acompanhados por um peso crescente do concelho, quer ao nível da Região de Aveiro, quer da Região Centro. Em 1960, Aveiro representava 1,89% da população do Centro de Portugal e 16,58% da Região de Aveiro, enquanto em 2017 esses valores ascendem a 3,48% e 21,38% respetivamente, confirmando a dinâmica ascendente do peso relativo de Aveiro. A população residente de Aveiro é de aproximadamente 77.916 mil habitantes, em 2018 (INE, 2019) (Tabela 6). Em termos de densidade populacional (Tabela 6), Aveiro apresenta 392,9 habitantes por km<sup>2</sup>, um valor muito acima da Região de Aveiro (213,9), da Região Centro (79,1) e da média nacional (111,6).

**Tabela 6. Densidade populacional, população residente e taxa de crescimento efetivo em 2018**

Unidade Territorial	Densidade Populacional Hab./Km <sup>2</sup>	População Residente	Taxa de Crescimento Efetivo (%)
Região Centro	79,1	2 216 569	-0,66
Região de Aveiro	213,9	362 100	-0,27
Aveiro	392,9	77 916	0,37

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE (2018).

No que diz respeito aos dados relativos à população residente, nas últimas décadas a região tem vindo a sofrer um decréscimo significativo. Facto que se deve, principalmente, aos fluxos migratórios em direção a outras áreas urbanas nacionais e a outros países, na procura de melhores condições de vida. Este processo de desertificação condiciona a atividade turística, na medida em que um dos aspetos centrais desta atividade diz respeito à interatividade com a comunidade local e ao conhecimento de outros hábitos e costumes tradicionais.

No que diz respeito à variação da população residente (Tabelas 7, 8 e 9), entre 2011 e 2018, por grupos etários, como é verificável, a população residente da Região de Aveiro e, nomeadamente, de Aveiro, tem sofrido um acentuado envelhecimento, o que pode ser resultado do fluxo migratório e do baixo índice de natalidade. Apesar de atualmente se

verificar que na região de Aveiro a taxa bruta de natalidade tem um valor de 7,9%, semelhante aos das taxas brutas de natalidade nacional e regional (região centro), respetivamente de 8,5% e 7,2%, a taxa bruta de natalidade da cidade de Aveiro apresenta um valor de 9,0% (INE, 2019).

**Tabela 7. População residente na Região de Aveiro e Aveiro por grupos etários em 2011**

Unidade Territorial	População Residente				
	0 - 4	15 - 19	25 - 29	45 - 49	+ de 65
Região de Aveiro	16 078	20 175	22 265	28 409	18 695
Aveiro	3 708	4 125	5 155	5 837	3 795

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE (2011).

**Tabela 8. População residente na Região de Aveiro e Aveiro por grupos etários em 2018**

Unidade Territorial	População Residente				
	0 - 4	15 - 19	25 - 29	45 - 49	+ de 65
Região de Aveiro	14 348	19 437	19 322	28 309	21 917
Aveiro	3 489	4 015	3 971	5 994	4 446

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE (2019).

**Tabela 9. Variação da população residente da Região de Aveiro e Aveiro entre 2011 e 2018**

Unidade Territorial	População Residente	
	2011	2018
Região de Aveiro	-1416	-905
Aveiro	-370	286

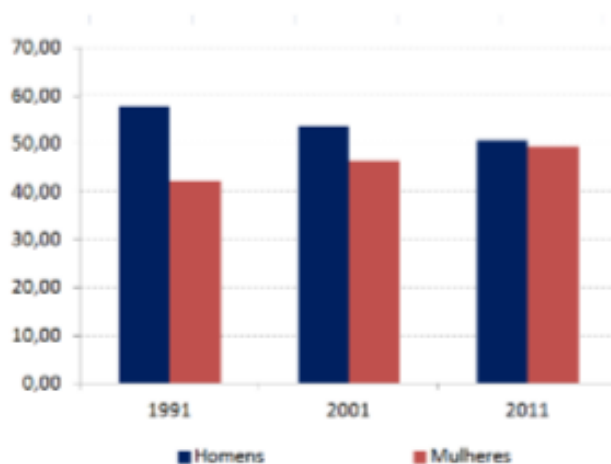
Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE (2019).

Em termos de distribuição por género, a estrutura populacional de Aveiro é constituída por 47% de homens e 53% de mulheres. Quanto ao índice de envelhecimento (peso da população com mais de 64 anos face à população com menos de 15 anos), regista-se, em Aveiro, um valor de 138,9, que apresenta, portanto, uma população mais jovem que a média nacional (155,4), da região Centro (194) e da Região de Aveiro (160,8). Apesar deste indicador apresentar valores melhores que a média regional, sublinhe-se o rápido

envelhecimento da sua população com índices de envelhecimento a verificarem um rápido crescimento (25 em 1960, 39 em 1981, 89 em 2001 e 116,2 em 2011).

#### 4.2.3. Caraterização económica

Entre 2001 e 2011, os dados censitários (Figura 6) indicam a distribuição do emprego segundo o género. Considerando o total da população empregada, na população feminina verifica-se um aumento de 6% e na população masculina um decréscimo de 5%. Em 1991, a população feminina empregada no Concelho representava 42% do total da população empregada, em 2001, 46% e, em 2011, 49% (INE, 1991, 2001, 2011).

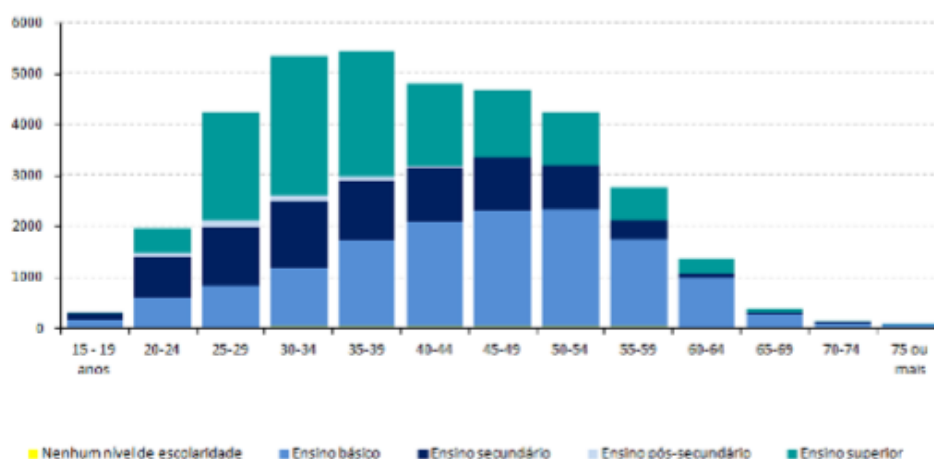


**Figura 6. Evolução da população residente empregada no Concelho (1991;2001;2011)**

Fonte: INE: Censos (1991, 2001, 2011)

No que diz respeito ao nível de instrução da população residente empregada (Figura 7) no Concelho em 2011, 19.311 indivíduos eram detentores do grau ensino básico, correspondendo, em termos absolutos, a 54% do total, seguido do ensino médio e superior com uma taxa de incidência de 23% e do ensino secundário com 22%. Diante do exposto, o ensino básico e secundário, assumem os valores predominantes na escolaridade da população empregada do Concelho.





**Figura 7. População residente empregada segundo o grupo etário e por nível de instrução (2011)**

Fonte: INE, Censos (2011)

No que diz respeito ao ganho médio mensal (Tabela 10), entre 2014 e 2016, verifica-se um ligeiro aumento de €2,40 mensais. Comparando com a Região Centro e de Aveiro, o Concelho é o que apresenta o ganho médio mensal mais baixo, sendo a Região de Aveiro aquela que regista o maior aumento, correspondendo a €21,5, entre 2014 e 2016.

**Tabela 10. Ganho médio mensal (€) por localização geográfica entre 2012 e 2016**

Unidade Territorial	2012	2013	2014	2015	2016
Região Centro	941,5	940,4	945,6	950,5	966,3
Região de Aveiro	987,8	985,3	996,2	1.007,6	1.017,7
Concelho de Aveiro	1.114,4	1.099,3	1.122,4	1.124,1	1.124,8

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE, ganho médio mensal por Localização geográfica. MTSSS/GEP, Quadros de pessoal (2012;1013;2014;2015;2016).

Última atualização destes dados: 28.09.2018.

No que diz respeito à disparidade no ganho médio mensal (tabela 11) da população empregada por conta de outrem, entre 2012 e 2016 regista-se uma ligeira diminuição em todas as unidades territoriais sob análise, registando-se em 2016, no Concelho e no país a maior percentagem da mesma, 30,2 e 34,2% respetivamente. Porém as Regiões do Centro e de Aveiro apresentam as percentagens mais baixas, com 23,5% e 27,7% respetivamente.

**Tabela 11. Disparidade no ganho médio mensal entre 2012 e 2016**

Unidade Territorial	2012	2013	2014	2015	2016
Região Centro	26,7	26,2	25,1	24,3	23,5
Região de Aveiro	29,3	29,2	29,0	28,4	27,7
Concelho de Aveiro	30,1	30,1	30,4	28,1	30,2

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE, Disparidade do ganho médio mensal. MTSSS/GEP, Quadros de pessoal (2012;2013;2014;2015;2016).  
Última atualização destes dados a 28.09.2018.

Quanto ao poder de compra per capita (tabela 12), é possível verificar que o Concelho apresentava em 2015, um poder de compra superior à média da Região Centro (88,75) e da Região de Aveiro (91,90). Verifica-se que este indicador até 2009 registava um constante aumento, porém, após este período, diminuiu, tendo em conta a conjuntura económica verificada na altura, voltando a aumentar de 2013 para 2015.

Em 2015, entre todos os concelhos da Região de Aveiro, o Concelho de Aveiro apresentava um valor muito mais elevado no que diz respeito ao nível do poder de compra (125,13), sendo o Concelho de Ovar aquele que tem o valor mais próximo do Concelho de Aveiro (89,63). Os restantes concelhos apresentavam em 2015 os seguintes valores: Ílhavo - 88,24; Águeda - 86,13; Albergaria-a-Velha - 83,72; Estarreja - 82,49; Oliveira do Bairro - 80,99; Anadia - 79,58; Sever do Vouga - 74,08; Murtosa - 69,40 e Vagos - 68,96.

**Tabela 12. Poder de compra per capita entre 2005 e 2015**

Unidade Territorial	2005	2007	2009	2011	2013	2015
Região Centro	83,89	83,76	84,41	87,49	89,21	88,75
Região de Aveiro	86,37	87,36	87,26	91,26	92,1	91,9
Concelho de Aveiro	125,28	134,02	134,76	126,68	123,5	125,13

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE, Estudo sobre o poder de compra concelhio (2015).  
Última atualização destes dados a 31.10.2017.

Em 2011 as empresas de Aveiro empregavam cerca de 1% de indivíduos no setor primário, seguindo-se 38% no setor secundário e cerca de 61% no setor terciário (Tabela 13). Contudo, perante dados mais atuais, nomeadamente o ano de 2017, os dados diferem muito, na medida em que as empresas em Aveiro empregam 30.582 pessoas, sendo as indústrias transformadoras o sector mais empregador com 7.760 trabalhadores. Os últimos dados disponíveis indicam que o setor terciário empregava o maior número de pessoas

(70,5%), seguido do setor secundário (28,5%) e do setor primário que empregava apenas (1,1%) da população empregada.

**Tabela 13. População empregada no Centro, Região de Aveiro (2011) e Aveiro (2017), segundo o setor de atividade**

Unidade Territorial	População Empregada			
(2011)	Primário	Secundário	Terciário*	Terciário**
Região Centro	3,7%	30,1%	29,2%	37,7%
Região de Aveiro	2,6%	38,0%	24,1%	35,5%
Aveiro	1,0%	38,0%	25,5%	35,5%
Aveiro (2017)	1,1%	28,5%	31,0%	39,4%

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em INE (2011), (informação extraída 04.08.2019) Última atualização destes dados: 20.11.2012; Diagnóstico Social e Plano de Desenvolvimento Social do Município de Aveiro (2019-2021).

\*Terciário social.

\*\*Terciário económico.

Destaca-se o assinalável peso do setor social no Concelho, 31% do total de pessoas empregadas no setor terciário, percentagem superior a qualquer das outras unidades territoriais sob análise. As atividades que mais empregavam pessoas correspondem a atividades relacionadas com educação, saúde e apoio social (20,7%), seguidas das atividades associadas ao comércio por grosso e a retalho e/ou reparação de veículos automóveis e motociclos (18,1%). Por último encontram-se as atividades financeiras, imobiliárias, científicas e serviços (10,7%). No que diz respeito ao setor secundário, as atividades associadas à indústria extrativa e transformadora, mas também aquelas que estão associadas à energia, água e gás, representam as atividades que mais empregam pessoas, registando 23,6%, face a valores de 4,9% para atividades inerentes à construção.

Segundo os dados do diagnóstico social e plano de desenvolvimento social do município de Aveiro (2019-2021), o conjunto do sistema empresarial do Município de Aveiro representou, em 2017, um volume de negócios de 2,8 mil milhões de euros, significando 0,75% da produção empresarial nacional e 4,5% da Região Centro. O Valor Acrescentado Bruto da economia empresarial de Aveiro foi, em 2017, de 746,9 milhões de euros. Relevante é a importância de Aveiro para o comércio internacional do país. Ao nível da taxa de cobertura de importações pelas exportações, Aveiro apresenta um valor de 124,3,

muito superior à média nacional (79,2), o que demonstra o elevado perfil exportador da economia local. O tecido empresarial é esmagadoramente constituído por PME, que representam 99,8% do tecido empresarial aveirense.

Ainda com base nos dados do diagnóstico social e plano de desenvolvimento social do município de Aveiro (2019-2021), entre dezembro de 2016 e agosto de 2018, o total de desempregados no Concelho variou entre 320 a 440 inscritos /mês, mantendo-se o desemprego feminino mais elevado nesse intervalo de tempo. São também as mulheres que apresentam a menor taxa de colocação do mercado de trabalho, que se traduziu, em agosto de 2018, em 33 colocações.

### **4.3. Breve caraterização da atividade turística**

Neste subcapítulo, caracterizar-se-á a oferta em geral, não se abordando, contudo, os vários tipos de turismo que existem e que podem ser encontrados no destino. Iremos elencar os elementos que constituem tanto a oferta, como a procura turística do destino Aveiro, dando ênfase ao contexto local, alvo desta investigação. Esta análise, por mais sucinta que seja, representa-se como essencial, na medida em que, na perspetiva da oferta, a qualidade da oferta advém de elementos indissociáveis dos produtos e serviços oferecidos e da sua importância na competitividade existente desta indústria. Na perspetiva da procura, é pertinente analisar-se, isto porque existem vários fatores e motivações que desencadeiam um determinado comportamento do turista aquando das suas opções de escolha do destino.

#### **4.3.1. A oferta turística de Aveiro**

A oferta turística de um destino é constituída por todos os elementos que contribuem para a satisfação das necessidades várias, que estão na origem das motivações dos turistas [Livro Branco do Turismo, 1991]. Isto é, a heterogeneidade de motivos, complexos e diversificados, que desencadeiam as férias, ocorrem por intermédio de inúmeros e variados fatores de atração. Aqui a atratividade do destino é desenvolvida através da existência de infraestruturas, equipamentos e serviços que se complementam e integram a oferta turística identificável.

Generalizando, a oferta turística do destino engloba aquilo que o destino tem para oferecer aos turistas, desde atrações, bens e serviços [Livro Branco do Turismo, 1991]. A oferta representa, então a interpenetração entre os fatores de atração e os meios existentes direcionados para a ocupação e satisfação das necessidades decorrentes das deslocamentos turísticos efetuadas (Silva, 1997). A oferta turística surge como um elemento crucial e essencial para a preferência dos turistas, na medida em que, se caracteriza como fator de escolha que o indivíduo decida sair do seu ambiente habitual e esteja disposto a visitar outros locais, a oferta é então, um elemento que através agentes diretos e/ou indiretos promove o destino. Desta forma, o turista usufruirá da oferta turística do destino desde a partida, à chegada e durante a estada.

Nesta linha de pensamento, os recursos turísticos são a base sobre a qual se desenvolve a atividade turística. É o conjunto de atrativos, naturais ou artificiais, históricos ou culturais que exercem influência direta na deslocamento de indivíduos com o objetivo de fruição destes (Machín, 1997).

Na sua essência, as atrações turísticas consistem em todos aqueles elementos do espaço “extra-residência” que arrastam viajantes discredionários para fora das suas residências. Incluem habitualmente paisagens para observar, atividades para participar e experiências para recordar (Lew, 1994, p. 291).

Seguindo o pressuposto definido por Lew (1994) dos elementos que são suscetíveis de atrair o interesse dos turistas decidiu-se sistematizar os recursos turísticos da região em duas categorias:

- **Recursos naturais** - recursos de relevância nacional e internacional, tais como rios, ribeiras, lagos, lagoas, bem como núcleos de espécies florestais e faunísticas característicos desta zona.
- **Recursos culturais** - tais como várias igrejas, museus, habitações tradicionais, artesanato e gastronomia e doçaria conventual.

Porém, devemos considerar que os recursos turísticos não chegam por si só para atrair turistas, os mesmos devem dotar-se de fatores como a singularidade, atratividade, estado de conservação, localização e facilidade de acesso adequadas e recursos financeiros e humanos, este último, é a lacuna que muitos destinos enfrentam, porque, apesar de verem no turismo uma possibilidade de crescimento económico, não dispõem dos devidos recursos financeiros, competências e apoios externos para a concretização das infraestruturas e

serviços necessários. Dotando-se destes fatores, os recursos, possibilitam a sua exploração e capacidade de atração junto dos turistas (Machín, 1997).

É inegável a importância da Cidade, do Município e da Região de Aveiro em termos patrimoniais, refletida num riquíssimo conjunto de expressões, que vão do património histórico ao artístico, do religioso ao popular, do gastronómico ao literário, do industrial ao ambiental. As marcas mais significativas do património resultam do património edificado (igrejas e capelas), das coleções museológicas e das manifestações religiosas que ocupam, igualmente, um papel primordial em Aveiro. Neste contexto, salienta-se a submissão, por parte da Câmara Municipal de Aveiro, em parceria com as Paróquias da Vera Cruz, da Glória e da Diocese de Aveiro, de candidaturas das Festas de São Gonçalo e da Devoção a Santa Joana ao nível do património cultural imaterial português.

Em termos arqueológicos destaca-se a Agra de Castro, a Muralha de Aveiro, o Convento de Santo António, a Mamoa, o Forno tardo-romano do Eixo, a arquitetura antiga e contemporânea da Sé Catedral, do Museu de Aveiro, da Praça do Peixe e da Igreja das Carmelitas. O património cultural resulta também, parcialmente, da extraordinária história de relação entre o Homem e a natureza, que se expressa no conjunto de atividades económicas associadas ao mar e à ria, de que são exemplo a pesca do bacalhau e a pesca artesanal, a produção de sal, a construção naval, os moliceiros ou a arquitetura dos canais.

Estas expressões estão presentes em toda a cultura popular e tradicional de Aveiro. Por sua vez, na etnografia e no artesanato predominam os objetos de marinharia, as embarcações tradicionais como o moliceiro, as alfaias das marinhas, a cerâmica e a azulejaria. De destacar ainda todo o conjunto de Arte Nova presente na cidade, único a nível nacional.

De salientar a existência de um conjunto de iniciativas em torno da salvaguarda, monitorização e valorização do património cultural onde se incluem ações de conservação e restauro ou de acompanhamento de intervenções urbanísticas e de ordenamento do território associadas à Carta do Património. Paralelamente a esta preocupação, e ciente das características únicas da cidade de Aveiro em termos patrimoniais, a Câmara Municipal de Aveiro iniciou um processo de candidatura a Capital Europeia para o ano de 2021. Esta candidatura surge numa altura onde a cultura se apresenta como o fator central no desenvolvimento e regeneração da região, tanto na criação de emprego e riqueza, como na

inclusão e coesão territorial, no reforço da identidade e pertença, do capital simbólico e da valorização patrimonial.

A região de Aveiro tem um grande potencial para se perpetuar como um destino turístico relevante a nível nacional e até internacional. Fatores como a diversidade de recursos naturais, a riqueza paisagística, histórica, gastronómica e cultural, a hospitalidade dos residentes, a famosa Ria de Aveiro e a sua beleza arquitetónica, são apenas algumas das razões que podem ser apontadas para evidenciar o eminente potencial que a região apresenta em termos turísticos. Para aprofundarmos a sua caracterização, enquanto destino turístico, será útil uma análise através de 3 perspetivas: as suas atrações ou recursos turísticos, a oferta existente e a procura turística. Aveiro, enquanto região sustentável, partilha valores culturais e ambientais que cuida e promove em nome do futuro sustentável e do progresso, sem nunca esquecer a vida e o trabalho dos Aveirenses que foram obreiros desta terra. Conhecida como a cidade dos Canais ou Veneza Portuguesa, este adjetivo é uma nova forma de partilha desses valores onde a conjugação entre a Cidade e a natureza, especialmente a Ria, é uma evidência.

A diversidade de recursos da região em análise, evidencia, de forma clara, o seu elevado potencial para o desenvolvimento de uma diversidade de produtos turísticos, tais como o turismo de natureza, o turismo no espaço urbano, o turismo de aventura e até o turismo de saúde. Por ser detentora de todo um património natural e cultural, a região de Aveiro, surge como uma combinação entre a Ria e as suas áreas urbanas, numa mistura única e bela entre a água e a terra, onde a Beira-Mar, o Paraíso, o Alboi e a Fonte Nova, permitem contemplar a Arte Nova, as salinas, os canais da Ria e os moliceiros. Aqui, o património histórico e as modernas construções urbanas revestem-se de azulejos alusivos à região e o ovo mole surge como um marco único e histórico na doçaria nacional.

Apesar da diversidade cultural da região em estudo, o turismo apresenta-se como uma atividade económica ainda com pouca relevância, principalmente quando se avalia a sua contribuição para a oferta total de estabelecimentos hoteleiros existentes na região Centro (Tabela 15). Contudo, esta atividade é cada vez mais notória na região e prevê-se o crescimento da mesma a curto prazo.

**Tabela 14. Oferta de Alojamento em 2017**

Unidade Territorial	Estabelecimentos Hoteleiros		Total
	Hotéis	Outros	
Região Centro	315	764	1079
Região de Aveiro	34	68	102
Aveiro	12	21	33

Fonte: Elaborada pelo autor com base em INE (2018).

A capacidade de alojamento (Tabela 16) instalada no Município de Aveiro, expressa no número de camas disponíveis, corresponde, em 2017, a 3,5% do total da Região Centro e a cerca de 37% da Região de Aveiro. O crescimento verificado em 2017 representa o maior aumento verificado entre 2002 e 2017, com exceção para o ano de 2006, em que o número de camas cresceu em cerca de 29%.

**Tabela 15. Capacidade de alojamento em 2017**

Unidade Territorial	Capacidade		
	Hotéis	Outros	Total
Região Centro	35 802	22 616	58 418
Região de Aveiro	3 310	2 216	5 526
Aveiro	1 298	743	2 041

Fonte: Elaborada pelo autor com base em INE (2018).

A área de estudo possui um leque diversificado de serviços. Ao nível da restauração, Aveiro apresenta uma oferta alargada de estabelecimentos nos quais os turistas podem desfrutar da gastronomia típica daquela região. No que se refere a equipamentos de lazer, a região também possui uma oferta alargada de atividades, nomeadamente relacionadas com percursos turísticos motorizados, ciclismo e náuticos.

A área territorial de Aveiro é alvo da intervenção de um conjunto de agentes de carácter público e privado, que estabelecem relações e apropriações espaciais significantes e estruturantes para o seu desenvolvimento. Os órgãos responsáveis pela gestão do município, pelas competências acrescidas que lhes são outorgadas para gestão e ordenamento do território, constituem elementos fundamentais para o desenvolvimento



integral da região. O Turismo *in* Aveiro e o Turismo Centro Portugal têm especiais responsabilidades na promoção e exploração turística, sendo estas as organizações que maior protagonismo e intervenção têm na atualidade na transformação e promoção da região.

#### **4.3.1.1. As atrações da Freguesia de Glória e Vera Cruz**

Aveiro é um município que se caracteriza pela existência de uma relação entre o património natural e cultural, construído e imaterial. Esta ligação constitui-se como base de atratividade local, cada vez mais particular e única aos mais diversos níveis. A aposta em atividades e eventos turísticos permite a internacionalização do município. Através desta estratégia Aveiro pode promover-se não unicamente como a cidade do Moliceiro ou dos ovos moles, mas usar estas duas características como alavanca para potenciar a região e a sua atratividade para os mais diversos públicos.

Como já foi referido, a escolha da Freguesia de Glória e Vera Cruz como foco empírico desta investigação, incidiu na sua centralidade, centralidade essa que não se resume unicamente ao nível geográfico, na medida em que o fator centralidade é visível nos mais diversos domínios da cidade, desde o económico, turístico, político e cultural. Esta centralidade apresenta-se como a base para a própria atividade turística na cidade, o que traduz uma oferta turística centralizada, o que é perceptível por ter o desenvolvimento turístico mais elevado da região.

Neste contexto, a área do turismo demonstra ser bastante relevante na freguesia. A nível de equipamentos de apoio para a atividade turística, verifica-se que dos 33 empreendimentos de alojamento turísticos localizados no município, 12 estão concentrados na freguesia de Glória e Vera Cruz; ocorre, paralelamente, uma concentração de alojamento local no centro urbano cada vez mais notória (Sigtur, 2019). Mais especificamente, dos 371 empreendimentos de alojamento local sediados no município de Aveiro, 337 destes estão localizados na Freguesia de Glória e Vera Cruz (Turismo de Portugal, 2019).

Igualmente importantes para a atividade turística são os estabelecimentos de restauração. Relativamente à distribuição geográfica dos mesmos, verifica-se uma concentração dos estabelecimentos de restauração na freguesia de Glória e Vera Cruz, registando-se nesta freguesia um total de 62 restaurantes dos 73 existentes no município. Não obstante, dos 24 bares existentes no município, 21 destes estão localizados na freguesia de Glória e Vera Cruz.

O município regista também um total de 39 agentes de animação turística. Destes, 32 estão concentrados na freguesia de Glória e Vera Cruz. A oferta de animação turística varia entre Cultural e *Touring* e Natureza e Aventura. Dos 29 estabelecimentos de balcões de agências de viagens e turismo em Aveiro, 21 destes estão localizados na freguesia de Glória e Vera Cruz.

Porém, não é só de agentes e estabelecimentos turísticos que se faz o turismo, a freguesia de Glória e Vera Cruz é caracterizada pela existência de um vasto conjunto de bens com valor patrimonial, desde imóveis (incluindo monumentos), azulejos e esculturas. Dos 860 imóveis sinalizados, destes, 403 encontram-se localizados na freguesia em análise. Apresenta-se um inventário de alguns desses bens e espaços públicos na Tabela 14.

**Tabela 16. Inventário dos bens com valor patrimonial na Freguesia de Glória e Vera Cruz**

<b>Edifício/Monumento/Escultura</b>
Casa Major Pessoa (museu arte nova)
Museu da Cidade
Coreto do Parque
Teatro Aveirense
Capitania Porto de Aveiro
Fundação Jacinto Magalhães
Palacete de João A. Machado/Tribunal
Capela de São Gonçalo
Convento das Carmelitas Descalças
Casa do Despacho, Capela da Ordem
Stª Casa da Misericórdia
Igreja da Misericórdia
Capela dos Santos Mártires
Igreja de São Domingos – Sé de Aveiro
Cruzeiro de São Domingos
Cruzeiro da Nossa Senhora da Alegria
Capela de Nossa Senhora da Alegria
Igreja e Convento do Carmo
Igreja do Senhor da Barrocas
Capela da Madre de Deus
Capela de S. Bartolomeu
Igreja de Nª Sª Apresentação
Mosteiro de Jesus/Museu de Aveiro
Capela Nª Sª das Febres
Alminha
Capela do Cemitério Central
Capela do Cemitério Sul
Capela de S. Tomás de Aquino
Capela de Santa Eufémia
Capela do Senhor dos Aflitos
Monumento Mártires da Liberdade
Antigo Hospital Santa Casa Misericórdia
Escola Homem Cristo
Palácio do Governo Civil

---

Paço dos Morgados da Pedricosa  
 Hotel Arcada  
 Banco de Portugal  
 Biblioteca Municipal  
 Pensão Avenida  
 Escadaria Parque Municipal D. Pedro V  
 Chafariz do Espírito Santo  
 Rota da Luz  
 Paços do Concelho  
 Antiga Junta de Freguesia de Vera Cruz  
 Casa Stª Zita/Palácio Visconde Granja  
 Capela de Santiago  
 Quartel de Sá  
 Antiga Assembleia Distrital  
 Diocese de Aveiro  
 Casa de Chá  
 Antiga Estação CP  
 Fábrica Jerónimo Pereira Campos/Atual Centro de Congressos  
 Antiga Junta da Freguesia da Glória  
 Praça do Peixe (Mercado)  
 Escola Secundária José Estevão  
 Mercado Municipal Manuel Firmino  
 Escola de Iniciação de Arte  
 Palácio da Justiça  
 Sanitários do Parque Municipal  
 Depósito de Água do Parque D. Pedro V  
 Pérgula Parque D. Pedro V  
 Depósito de Água Universidade  
 Fonte dos Arcos  
 Fontanário  
 Fonte dos Amores ou da Benespera  
 Fonte do Senhor das Barrocas  
 Ponte de Carcavelos  
 Ponte - Praça  
 Ponte de São João  
 Ponte da Dobadoura  
 Asilo-Escola Distrital José Estevão  
 Conservatório Calouste Gulbenkian  
 Escola Secundária Mário Sacramento  
 Estátua D. João Evangelista Lima Vidal  
 Salineira e Marnoto  
 Monumento a Aviação Naval  
 Convento do Carmo Contemporâneo  
 Casa da Cultura Fernando Tábuia  
 Fogueteiro  
 Claustro Museu Santa Joana  
 Marnoto  
 Salineira  
 Monumento ao “Bombeiro”  
 Monumento ao “Soldado Desconhecido”  
 Parceria do Ramo  
 Escultura Maria da Fonte  
 Monumento a Dr. Lourenço Peixinho  
 Escultura Santa Joana Princesa  
 Escultura de Álvaro Sampaio  
 Escultura da Justiça  
 Monumento a José Estevão  
 Escultura de Gustavo Pinto Basto

---

---

Monumento à Música  
Escultura a Alberto Souto  
Monumento a Jaime Magalhães Lima  
Monumento a Egas Moniz  
Esculturas de Jardim de Santa Joana  
Monumento a José Rabumba  
Monumento Centro Cultura e Congressos  
Capela Nossa Senhora Victoria  
Hospital D. Pedro  
Escultura de Manuel Firmino  
Capela São Sebastião  
Ecomuseu Marinha da Troncalhada  
Casa Museu Dr. Hermes

---

Fonte: Elaborada pelo autor.

É igualmente pertinente referir uma breve síntese de alguns dos edifícios que caracterizam outro aspeto particular da cidade - a Arte Nova. Neste contexto destacam-se: a casa na Rua João Mendonça, n.º 24 e 25 / Casa dos Ovos Moles A Barrica; a casa do Major Pessoa, atual Museu de Arte Nova, Séc. XX; a casa da Cooperativa Agrícola, Séc. XX; a casa de Florentino Vicente Ferreira, na Rua José Rabumba nº 26 e 28; o edifício na Rua Direita nº 1 a 3; a Pensão Ferro, Séc. XX; a farmácia Ala, atual Farmácia Central; o edifício da Caixa Geral de Depósitos, Séc. XX; o edifício do Cais, na Travessa de São Gonçalinho, Séc. XX; e o edifício dos Lários, na R. Antónia Rodrigues, nº 87 Séc. XX.

Paralelamente, destacam-se os painéis de azulejos existentes na freguesia, entre eles: os do Palacete do Visconde da Granja (1908-09); os azulejos da antiga Estação de Caminhos de Ferro (1916/1986/2000); das escadarias do parque do Infante D. Pedro (1931-1932); o painel de azulejos de Cândido Teles; do Adro da Capela de Nossa Srª da Alegria (2001); da Sá Barrocas na Avenida da Força Aérea; os Murais em Azulejo da Praça da República (1985); das escadarias do Mercado Manuel Firmino (1992); a fachada de azulejos "Quatro Estações", da Casa na Rua Manuel Firmino da Maia; a fachada de Azulejos da Antiga Sapataria Leitão; o painel "Timor" (1998); e o painel "Voar Mais Alto" (2004).

Por último, uma breve referência à Ria e aos seus moliceiros, característica tão própria e caracterizadora de Aveiro, estas embarcações com as suas proas coloridas dão vida aos canais da Ria que atravessam a cidade e fazem recordar a história, as tradições e as salinas. As Memórias da Ria aposta nos Moliceiros, embarcações típicas, dão a conhecer um pouco da história da cidade, com rotas mais curtas (com duração de 45 minutos), nos principais canais da ria, mas também estão disponíveis circuitos mais amplos, proporcionando visitas às salinas e às áreas mais distantes de Aveiro. Atualmente são cerca de dez as empresas,

sediadas na freguesia de Glória e Vera Cruz, que facultam este tipo de serviço, um impacto direto do crescimento do turismo na cidade.

#### 4.3.2. A procura turística de Aveiro

A taxa de ocupação-cama (Tabela 17) apresentou um valor superior, quer à média da Região Centro (34,3%), quer da Região de Aveiro (36%), fixando-se nos 45,9% (INE, 2018). Perante os indicadores referidos, em termos de alojamento parece válido concluir que o turismo está a proporcionar benefícios económicos, embora numa fase de crescimento, muito significativos na região, sendo marcado pelo aumento das taxas de ocupação. Em 2017 os estabelecimentos hoteleiros de Aveiro apresentaram proveitos de aposento no valor de 11.661 mil euros, o que equivale a cerca de 5% do total da Região Centro e cerca de 48% do total da Região de Aveiro, representando um peso expressivo e muito dominante neste contexto territorial.

**Tabela 17. Alojamentos turísticos - Nº quartos e taxa de ocupação (%) em 2017**

Unidade Territorial	Nº Quartos			Taxa de Ocupação (%)
	Hotéis	Outros	Total	
Região Centro	17 214	10 121	27 335	34,30%
Região de Aveiro	1 633	952	2 585	36,00%
Aveiro	664	297	961	45,90%

Fonte: Elaborada pelo autor com base em INE (2018).

No que diz respeito à estada média, Aveiro apresenta um valor muito próximo, quer da Região Centro, quer da Região de Aveiro (Tabela 18). Esta dinâmica turística confirma-se nos indicadores de procura de informação nos postos de Turismo da cidade. Em 2018 foram atendidos 119.705 turistas, dos quais mais de 92% são estrangeiros, destacando-se os turistas espanhóis, que representaram 50% do número de turistas atendidos, seguindo-se os turistas franceses (18,7%), brasileiros (6,4%) e alemães (3,8%) (INE, 2018).

**Tabela 18. Estada média (em noites) em 2017**

Unidade Territorial	Estada Média
Região Centro	1,8
Região de Aveiro	1,8
Aveiro	1,7

Fonte: Elaborada pelo autor com base em INE (2018).

A região de Aveiro, enquanto destino turístico, ainda se encontra numa fase de exploração, onde o constante e coerente crescimento se apresenta como uma mais-valia para combater as fragilidades ainda existentes em termos de infraestruturas e de equipamentos turísticos. Na verdade, a Região de Aveiro não tem conseguido tirar devidamente partido do seu património histórico-cultural e natural no sentido de, através dele, conseguir ganhar a notoriedade necessária, não só como fonte de atração, como também como fonte diversificada de programas e circuitos turísticos a funcionar durante todo ano. A comprová-lo está o tempo de estada média dos turistas na região e na cidade - 1,8 e 1,7 noites, respetivamente (INE, 2018). Contudo, em 2017, os estabelecimentos hoteleiros localizados no destino Aveiro acolheram 191.393 mil hóspedes que originaram 332.683 mil dormidas (INE, 2018).

#### **4.5. Conclusão**

Em termos gerais, conclui-se que o destino turístico Aveiro, apesar de ser detentor de recursos turísticos relevantes, é ainda um destino turístico caracterizado por um fraco dinamismo, encontra-se longe da sua adequada rentabilização e utilização para um desenvolvimento local efetivo e ordenado. Na realidade, o destino ainda é confrontado com algumas debilidades quer nas ligações inter-regionais quer intrarregionais. Simultaneamente, apresenta uma oferta pouco diversificada, mal estruturada, com fortes carências ao nível de atrações e eventos importantes capazes de atrair um grupo mais seletivo de frequentadores para aquela região. É necessário reformular as políticas e estratégias que têm norteado o desenvolvimento do turismo nesta região. Portanto, pretende-se através do levantamento das perceções e atitudes dos residentes a realizar no âmbito desta dissertação,

obter informação que possa auxiliar os agentes responsáveis pelo desenvolvimento da atividade turística no desenvolvimento das estratégias a adotar.

Em jeito de conclusão, apresenta-se uma breve síntese relativa à Região Centro, dada a sua crescente procura e interesse turístico. Se se comparar o número de hóspedes entre 2016 e 2018, verifica-se um crescimento de 13,2%, de 2.825.255 para 3.198.198 (INE, 2019). Por sua vez, as receitas da atividade turística em 2018 foram superiores ao ano de 2017 - 272,7 milhões de euros e 279,6 milhões de euros respetivamente. O rendimento médio por quarto disponível também subiu, de 26 para 26,3 euros.

Os números positivos da região devem-se, em grande parte, às dormidas dos turistas residentes no país. Estas aumentaram de forma expressiva: tinham sido 2.895.259 dormidas em 2017 e foram 3.043.481 em 2018, o que corresponde a uma subida de 5,1%. Em contraste, as dormidas de turistas de fora do país desceram. Em 2017 registou-se um total de 2.794.805 de dormidas. Em 2018 esse número desceu para 2.476.557, menos 11,4%. No entanto, comparadas as dormidas de fora do país entre 2016 e 2018, há um aumento de 16,4%. No total, as dormidas de residentes e de não residentes somaram 5.690.064 em 2018, uma diminuição de 3% em relação às 5.520.038 de 2017 (INE, 2018).

## **Capítulo 5. Metodologia**

### **5.1. Introdução**

Nos capítulos anteriores apresentou-se um quadro teórico que serve de base para a criação da metodologia adotada e posterior análise dos dados obtidos com a componente empírica. No presente capítulo descreve-se e discute-se o modo como o processo de investigação nesta dissertação foi conduzido. Para tal, o capítulo inicia-se com uma breve abordagem à investigação, como forma de contextualizar os métodos e as técnicas utilizadas na recolha da informação e as etapas da investigação científica, para posteriormente descrever-se a metodologia adotada e o processo de investigação levado a cabo, apresentando de forma sintética os métodos de recolha, tratamento e análise de dados, para se terminar com uma breve nota justificativa das opções metodológicas escolhidas.

### **5.2. Processo de investigação em turismo**

#### **5.2.1. Objetivos e condicionalismos**

A investigação em turismo é definida como “a formulação de perguntas, a recolha sistemática de informação para lhes dar resposta, e a organização e análise de dados com o fim de obter tendências de comportamento e relações que ajudem ao entendimento do sistema, à tomada de decisões, bem como à construção de previsões que permitam vários cenários alternativos no futuro” (Inskeep, 1998, p. 5). Nesta perspetiva, a investigação em turismo tem subjacente uma componente teórica que está na base da formulação do problema, necessitando, posteriormente, de uma componente prática de recolha de informação e análise de dados, que possibilite encontrar soluções para o objeto de pesquisa.

Partindo da definição da OMT (2001), conclui-se que a investigação em turismo permite, numa primeira fase, dar resposta a questões ainda não solucionadas; numa segunda fase, explicar a situação atual, bem como elaborar previsões que possam servir de base para a tomada de decisões; e numa terceira fase proporciona um valor adicional às organizações ligadas ao sector turístico que, desta forma, adquirem *know-how* que servirá de fator diferenciador face à concorrência. Numa perspetiva prática, o objetivo da investigação em turismo é fornecer informação que irá apoiar os gestores do setor na tomada de decisões



(Pizam, 1994). Na presente dissertação pretende-se que a metodologia se vincule à mesma linha de orientação da própria definição da OMT (2001). Como condições necessárias para o processo de investigação em turismo, segundo Pizam (1994), temos:

- i. “A objetividade requer uma abordagem que seja independente do ponto de vista do investigador, no que diz respeito às respostas aos problemas sob investigação;
- ii. A reprodutibilidade é um procedimento que assegura que os outros investigadores possam duplicar a investigação e obter os mesmos resultados;
- iii. A sistematização, o requisito mais importante, organiza o processo de investigação em passos sequenciais e interdependentes que devem ser especificados e planeados *a priori*” (Pizam, 1994, p. 96).

Contudo, existem algumas limitações que condicionam o processo de investigação em turismo. Essas limitações estão relacionadas, especialmente, com as particularidades desta atividade económica, a saber:

- i. “o carácter multidisciplinar do turismo, o que representa algumas dificuldades na própria definição das variáveis e nos instrumentos de análise a utilizar;
- ii. a amplitude da disciplina, que torna difícil o aprofundamento em campos científicos próprios do turismo;
- iii. a imprecisão do próprio negócio turístico e a estrutura empresarial do turismo - constituída, maioritariamente, por micro, pequenas e médias empresas - aliadas ao facto de este ser considerado um setor conjuntural e dominado pela procura, o que torna difícil a análise da sua própria atividade;
- iv. a desconexão entre educação e investigação leva a que os estudos no âmbito do turismo sejam, tradicionalmente, os grandes “ausentes” dos planos nacionais de investigação, sendo dada maior importância aos estudos técnicos” (OMT, 2004, p. 4).

### **5.3. Recolha empírica de dados**

A recolha de dados é uma operação que consiste em recolher ou reunir determinadas informações junto das pessoas ou das unidades de informação incluídas na amostra (Quivy & Campenhoudt, 2008). A obtenção dos dados poderá ser realizada recorrendo a vários tipos de métodos - métodos para obtenção de dados primários e métodos para obtenção de dados

secundários. Perante a ausência de dados secundários adequados para validar o objeto de análise deste estudo, dado o seu carácter exploratório, foi necessário recolher dados primários. A recolha de dados primários, apesar de gerar custos, sejam financeiros e ou temporais, mais elevados do que a recolha de dados secundários, é o melhor método a ser utilizado pelo investigador, na medida em que possibilita a diminuição de possíveis incorreções e desvios que, possivelmente, podem estar presentes nos dados secundários. Existem vários métodos de recolha de dados primários passíveis de serem utilizados em turismo. Entre eles, o inquérito tem sido o mais utilizado. Também nesta investigação se utilizou o inquérito para recolher os dados primários, tendo-se optado pelo questionário e entrevista como instrumento de recolha. Estes são os métodos mais tradicionais neste domínio (Volo, 2009).

A investigação em lazer é, raramente, totalmente interpretativa ou estritamente positivista (Henderson, 2011, p. 342), as omissões de ambas as perspectivas são ultrapassadas pelo pós-positivismo, ao recobrar o libelo entre a metodologia quantitativa ou qualitativa, permitindo a combinação de métodos e a utilização daqueles que melhor se adequarem à questão em estudo (Tribe, 2001, p. 442). Neste estudo, em termos da natureza dos dados recolhidos, a pesquisa reflete a sua natureza essencialmente quantitativa exploratória. Contudo, e no sentido de enriquecer a recolha de informação, recorreu-se à triangulação de métodos de recolha – métodos quantitativos e qualitativos – que incluem a análise de dados estatísticos através da combinação de dois métodos, inquérito por questionário e inquérito por entrevista.

### **5.3.1. Tipologias de inquérito utilizadas**

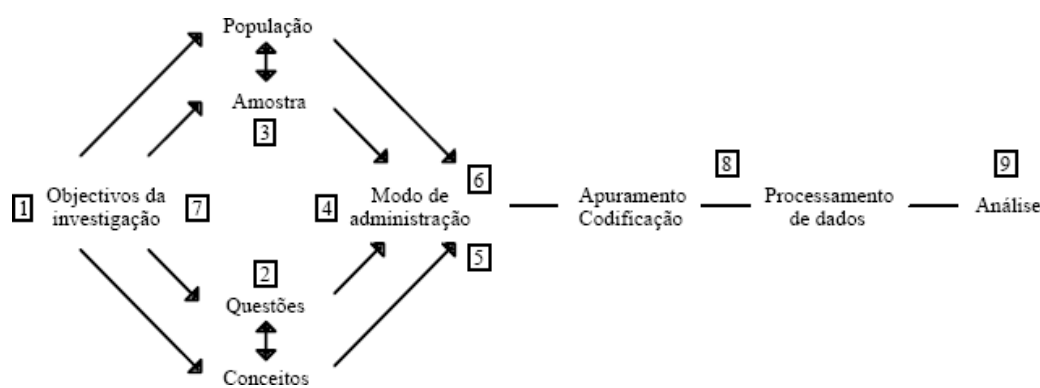
Tendo como pano de fundo as perspectivas metodológicas acima mencionadas, e pretendendo validar o objetivo geral desta investigação, esta secção irá centrar-se, fundamentalmente, nas tipologias de inquérito utilizadas na recolha de opiniões junto dos residentes, relativamente aos impactes que a apropriação dos espaços públicos surte junto destes. A utilização do inquérito, enquanto estratégia metodológica, será devidamente contextualizada e apresentadas as vantagens da sua aplicação ao universo em causa. Serão também referidas as dimensões em análise na investigação.

Neste sentido, justifica-se a opção por metodologia *mixed methods*<sup>12</sup>, materializada num processo misto de recolha de dados, com destaque para a análise de entrevistas e questionários.

### 5.3.1.1.O inquérito por questionário

A realização de um inquérito por questionário é um procedimento prévio à aplicação das técnicas quantitativas, sendo muito usado na investigação em turismo e lazer. Um inquérito por questionário permite a recolha de informação sobre as unidades estatísticas em estudo, através de um conjunto de questões pré-formatadas. Isto é, “os inquéritos são modos relativamente sistemáticos e standardizados de recolher informações sobre indivíduos sistematicamente identificados” (Rossi, Wright, & Anderson, 1993, p. 1).

Na Figura 8 ilustram-se as etapas na investigação por inquérito segundo Schuman e Kalton (1985), citados por Alferes (1997), a saber: quem (1) pergunta o quê (2), a quem (3), como (4), onde (5), quando (6) e porquê? (7); quais são as interpretações e implicações (9) das respostas obtidas (8)? Estas questões estabelecem as diferentes etapas de uma investigação por inquérito (Alferes, 1997, p. 231).



**Figura 8. Etapas na investigação por questionário**

Fonte: Kalton e Schuman (1985)

A recolha de informação através do inquérito por questionário está, como é óbvio, dependente das informações dadas pelos participantes. Assim sendo, a qualidade da informação obtida depende de determinados fatores individuais, como o interesse em

<sup>12</sup> Metodologia utilizada que envolve recolher e analisar dados quantitativos e qualitativos. Este método de pesquisa é usado quando se pretende uma melhor compreensão do problema de pesquisa.

participar e a própria veracidade das respostas dadas pelo participante. Nesta perspetiva, é importante, aquando da elaboração das questões, que estas sejam elaboradas de uma forma apelativa, clara, bem estruturada e numa linguagem facilmente compreensível e adequada (Finn, Elliott-White & Walton, 2000; Gray, 2004; Hill & Hill, 2005; Jennings, 2001; Veal, 1997; WTO, 1998).

A aplicação do inquérito por questionário apresenta vantagens em termos de custos, tempo, deslocação e também possibilita a obtenção de um grande número de dados, na medida em que pode alcançar um elevado número de pessoas em áreas geograficamente dispersas, pode também determinar maior segurança das respostas, reduzir o risco de distorção por influência do investigador e aumentar a uniformidade da avaliação em virtude da natureza impessoal do instrumento (Lakatos & Marconi, 1996). Apresentam-se alguns dos méritos, referidos por Jennings (2001), da utilização de inquéritos por questionário:

- i. Sendo o lazer, recreação e o turismo frequentemente considerados como fenómenos de massas, requerem um grande envolvimento por parte do governo e das organizações, que necessitam de informação quantitativa para o seu processo de tomada de decisão. De acordo com este autor, os questionários são a forma ideal para fornecer este tipo de informação;
- ii. Ainda que a objetividade absoluta seja impossível, o recurso a um questionário estabelece um determinado conjunto de procedimentos de investigação transparentes;
- iii. A quantificação pode fornecer informação complexa de uma forma sucinta e perceptível;
- iv. Em estudos que implicam análises longitudinais, com pesquisas repetidas periodicamente, proporcionam a oportunidade para estudar a mudança ao longo do tempo, usando uma metodologia comparativa;
- v. O turismo e o lazer compreendem um variado conjunto de atividades, com um múltiplo conjunto de características, localizações e níveis de satisfação. Os questionários são uma boa forma de avaliar a complexidade dos padrões pessoais de satisfação;
- vi. O método do questionário fornece meios para reunir e captar informações simples, sobre a incidência de atitudes, valores e percepções, entre a população como um todo.

### 5.3.1.2. Inquérito por entrevista

O inquérito por entrevista é entendido como a estratégia mais adequada para avaliação dos impactes que a apropriação dos espaços públicos tem junto dos residentes. A opção por uma entrevista semiestruturada ou semidiretiva justifica-se ao considerarem-se as potencialidades desta estratégia. Por um lado, permite reorientar o guião da entrevista em função das verbalizações e reações dos entrevistados (Bardin, 2004). Por outro, nem todas as intervenções do entrevistador são previamente determinadas (Bisquerra, 1989; Fox, 1981; Ketele & Roegiers, 2009). Acresce o facto de possibilitar a expressão dos entrevistados, uma vez que as informações recolhidas refletem o melhor das suas representações sobre a temática em análise.

Esta estratégia de recolha de dados é especialmente adequada quando o investigador tem por objetivos: analisar o sentido que os atores atribuem às suas práticas e aos acontecimentos com os quais são confrontados, analisar um problema específico e reconstituir um processo de ação, experiências ou acontecimentos do passado (Bogdan & Biklen, 1994; Ghiglione & Matalon, 1997).

A entrevista assume um conjunto de particularidades e vantagens, entre elas: o grau de profundidade do elemento de análise, a flexibilidade, o fraco foco do dispositivo, que permite recolher os testemunhos e as interpretações dos interlocutores, respeitando os seus próprios quadros de referência, garantindo, por isso, menor ambiguidade (Bogdan & Biklen, 1994; Ghiglione & Matalon, 1997; Quivy & Campenhoudt, 2008), a possibilidade de recolha de informação válida junto de informadores privilegiados, influentes e proeminentes da realidade em análise (Demazière & Dubar, 1997; Olabuénaga, 2003; Ruquoy, 1997) e a obtenção de uma perspetiva global sobre o objetivo em análise. Os dados recolhidos, numa etapa final do processo, serão comparáveis entre os vários participantes no estudo.

Como procedimentos de recolha e análise de dados, após a transcrição e leitura de todas as entrevistas realizadas, serão construídas as sinopses das entrevistas (Guerra, 2006). Seguem-se as análises descritivas. A este propósito, importa aqui destacar algumas especificidades da análise tipológica e da análise categorial. A análise tipológica é o método de análise de dados da entrevista por excelência (Bogdan & Biklen, 1994; Guerra, 2006; Ghiglione & Matalon, 1993; Poirier, Valladon, & Raybaut, 1999), permitindo ordenar os materiais, classificá-los segundo critérios pertinentes, bem como encontrar as dimensões de

semelhanças e diferenças e as variáveis mais frequentes e particulares. A análise tipológica pode ser de dois tipos: a) construção de tipologias por semelhança; b) análise categorial: identificação das unidades pertinentes que influenciam determinado fenómeno em estudo reduzindo o espaço de atributos de forma a retirar apenas as variáveis explicativas pertinentes (Bogdan & Biklen, 1994; Demazière & Dubar, 1997; Guerra, 2006; Ghiglione & Matalon, 1993; Poirier, Valladon, & Raybaut, 1999). A análise categorial permite a identificação das variáveis cuja dinâmica é potencialmente explicativa de um fenómeno, proporcionando a possibilidade de percorrer os dados na procura de regularidades e padrões, bem como de tópicos presentes nos dados (Demazière & Dubar, 1997; Guerra, 2006; Poirier, Valladon, & Raybaut, 1999).

Para concluir, apresentam-se algumas das vantagens adjacentes a esta tipologia de inquérito, (Bogdan & Biklen, 1994; Ghiglione & Matalon, 1997; Quivy & Campenhoudt, 2008), a saber:

- i. Permite recolher informação rica, em certos casos com bastante profundidade;
- ii. Possibilita recolher testemunhos e as interpretações das pessoas dentro dos seus quadros de referência, contexto cultural e linguagem;
- iii. Permite identificar as atitudes do grupo;
- iv. Possibilita estabelecer hipóteses iniciais para as motivações subjacentes a atitudes e comportamentos;
- v. Possui grande flexibilidade e adaptabilidade, o que permite explorar grande parte da informação;
- vi. Permite interação entre o entrevistador e o entrevistado;
- vii. As informações apresentam-se com maior precisão;
- viii. Possibilita a obtenção de dados em profundidade sobre aspetos da vida social;
- ix. Técnica com poucos custos.

### **5.3.2. Estrutura e conteúdo dos inquéritos realizados aos residentes**

Nesta secção dá-se conta do processo de construção e validação do instrumento utilizado na investigação realizada e aqui descrita. De acordo com Zikmund (1997) e Hill e Hill (2005), o desenho do inquérito é, talvez, a fase mais crítica do método de investigação

por inquérito. Um bom inquérito é o resultado de um longo e cuidadoso trabalho, não sendo fácil elaborar um instrumento que forneça dados que permitam avaliar adequadamente um conjunto de questões da investigação. A elaboração do inquérito à população alvo deste estudo teve por base quatro referências fundamentais:

- i. “Questionário aos Residentes”, desenvolvido para estudar a sustentabilidade do turismo nas Ilhas Ugljan-Pasman (OMT, 2001);
- ii. “*Local Questionnaire Model*”, um modelo de questionário para recolha de dados sobre atitudes e opiniões de residentes locais face ao desenvolvimento do turismo (OMT, 2004);
- iii. Questionário aplicado no âmbito do estudo da Universidade de Aveiro sobre as Perceções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo nas cidades de Aveiro e Porto;
- iv. Questionário aplicado no âmbito do estudo da construção de indicadores de avaliação de qualidade no turismo do Algarve, para analisar o grau de satisfação dos residentes com o turismo nos seus concelhos de residência (Silva, *et al.*, 2001).

A construção do inquérito baseou-se em critérios estabelecidos que estão relacionados com: o formato das questões, a forma como elas são redigidas, o tipo de informação a recolher, o tamanho do questionário e a sequência com que as questões são apresentadas no inquérito (Aaker & Day, 1990; Quivy & Campenhoudt, 2008).

Conclui-se que o inquérito (Tabelas 19 e 20) a aplicar aos residentes da freguesia de Glória e Vera Cruz deveria contemplar informação que permitisse quantificar as perceções dos residentes face aos impactes e apropriações do turismo, o grau de apoio e envolvimento dos residentes ao desenvolvimento do turismo e, ao mesmo tempo, recolher informação sobre as variáveis que teoricamente podem influenciar a perceção e as atitudes dos residentes. Para obter as informações necessárias, as questões no questionário foram categorizadas nos seguintes grupos:

- A. Conhecimento dos residentes da atividade turística;
- B. Apropriação dos espaços públicos;
- C. Tipo de estratégias adotar;
- D. Caracterização sociodemográfica dos inquiridos.

Na tabela 19 identificam-se os tipos de informação que se pretendia recolher, de forma a poder dar resposta aos objetivos da investigação.

**Tabela 19. Tipo de informação a recolher através do inquérito por questionário aos residentes**

<b>Tipo de informação</b>	<b>Informação detalhada</b>
Características sociodemográficas dos residentes	Idade Sexo Estado civil Habilitações literárias Situação Profissional Dimensão do agregado familiar Rendimento do agregado familiar
Dependência económica face ao turismo	Ligação à atividade Tempo de residência
Residência	Bairro Ligação ao bairro de residência
Perceção dos residentes face aos impactes do turismo	Perceção sobre os aspetos positivos do turismo Perceção sobre os aspetos negativos do turismo Perceção dos impactes do turismo: a experiência do residente
Interação residente/visitante	Frequência de contacto
Apropriação dos espaços públicos	Avaliação da perceção dos residentes face ao tipo de uso dos espaços por parte dos turistas
Atitude dos residentes face ao contacto com os turistas	Avaliação do comportamento do residente aquando de momentos de interação
Estratégias a adotar	Perceção dos residentes relativamente a estratégias que podem ser adotadas com a finalidade de minimizar possíveis impactes negativos ao nível dos espaços

Fonte: Elaborada pelo autor.

**Tabela 20. Tipo de Informação a recolher através do inquérito por entrevista aos residentes**

<b>Tipo de informação</b>	<b>Informação detalhada</b>
Características sociodemográficas dos residentes	Idade Sexo Estado civil Habilitações literárias Situação Profissional
Residência	Há quanto tempo reside na cidade Bairro Ligação ao bairro
Perceção dos residentes face aos impactes do turismo	Perceção sobre os benefícios económicos, sociais, culturais e ambientais Perceção sobre os aspetos negativos do turismo Perceção das principais lacunas no planeamento e gestão da atividade
Interação residente/visitante	Frequência, local e contextos de contacto
Apropriação dos espaços públicos	Avaliação da perceção dos residentes face ao tipo de uso dos espaços por parte dos turistas
Atitude dos residentes face ao contacto com os turistas	Avaliação do comportamento do residente aquando de momentos de interação
Estratégias a adotar	Perceção dos residentes perante estratégias que podem ser adotadas com a finalidade de minimizar possíveis impactes negativos ao nível dos espaços

Fonte: Elaborada pelo autor.



O inquérito foi construído com base na revisão da literatura apresentada nesta dissertação e na auscultação de opiniões de peritos na área do turismo. A ordenação das questões foi efetuada por áreas temáticas de acordo com o tipo de informação pretendida a ser recolhida e foram consideradas as questões de teor pessoal, no final do inquérito por questionário, e no início no inquérito por entrevista.

O inquérito por questionário contempla, na sua quase totalidade, questões fechadas, procurando não maçar o inquirido com respostas que impliquem uma redação complexa de texto. Nesta secção é importante fazer uma última referência sobre o uso das escalas de *Likert*. Quando se pretende medir a intensidade de um fenómeno, e não apenas a sua ocorrência, é normal utilizarem-se este tipo de escalas. Nesse sentido, apresenta-se um conjunto de respostas alternativas para cada uma das perguntas, associando-se números às respostas para que possam ser analisadas posteriormente por intermédio de técnicas estatísticas. Os números associados a cada conjunto de respostas representam a escala de medida.

Em muitos questionários realizados para avaliar as perceções dos residentes relativamente aos impactes do turismo são utilizadas escalas de *Likert*. Neste estudo utilizou-se também uma escala de *Likert* de cinco pontos, de “1- discordo totalmente a 5 – concordo totalmente”, tendo sido também dada a possibilidade aos inquiridos de escolherem uma opção de “não tenho opinião”. Foi feita esta opção porque “não é boa ideia usar mais do que sete respostas alternativas. Na maioria das vezes cinco são suficientes, sobretudo no caso de perguntas que solicitam atitudes, opiniões, gostos ou grau de satisfação [...] e naqueles em que os respondentes têm habilitações literárias baixas” (Hill & Hill, 2005, p. 124).

De realçar que ambos os inquéritos não contemplaram perguntas “sensíveis” e são anónimos. Acredita-se que este facto leva a que os inquiridos revelem uma maior “segurança” e uma maior disponibilidade para dar respostas verdadeiras (Hill & Hill, 2005).

#### **5.4.Administração dos inquéritos**

Após terem sido construídos os instrumentos de pesquisa, foi necessário identificar a metodologia que iria ser utilizada na sua administração. Os inquéritos foram realizados com recurso ao método de administração direta. Este tipo de abordagem permite diminuir

significativamente os possíveis enviesamentos encontrados em outros métodos e aumentará a taxa de resposta (Quivy & Campenhoudt, 2008).

A área geográfica selecionada da presente investigação corresponde à freguesia de Glória e Vera Cruz, pertencente ao Concelho de Aveiro, Região de Aveiro (NUT III), Região Centro Portugal (NUT II), que possui uma área total de 45,32 km<sup>2</sup> e uma população total que ronda os 18.752 habitantes (União de Freguesias de Glória e Vera Cruz, 2019). Foram vários os fatores que estiveram na base da seleção desta área geográfica, a saber:

- i. O facto de ser um destino com algumas fragilidades em termos de oferta turística diversificada, embora apresente uma grande riqueza em termos naturais e culturais;
- ii. A sua localização privilegiada na cidade de Aveiro - a sua centralidade geográfica;
- iii. Como consequência da sua centralidade, é nesta freguesia que se encontram a maioria dos estabelecimentos turísticos e empresas de animação turística;
- iv. As suas características naturais e culturais implicam a aposta em estratégias que permitam o desenvolvimento sustentável do turismo, satisfazendo tanto as necessidades dos residentes quanto as dos turistas;

A inquirição decorreu em diversas zonas da freguesia, em dias aleatoriamente selecionados – cerca de três dias em cada uma das zonas, através de abordagens diretas, no mês de setembro de 2019. O investigador contou com o apoio de um colega por ser elevado o número de questionários a aplicar. Este colega recebeu instruções prévias e precisas sobre o modo de abordagem aos residentes, de condução do inquérito, de esclarecimento de dúvidas e de preenchimento dos formulários de resposta. Garantiu-se, também, a confidencialidade e anonimato nas respostas registadas.

Após uma breve apresentação do entrevistador e dos objetivos do questionário, a entrevista prosseguia apenas no caso de o indivíduo manifestar interesse em colaborar voluntariamente no estudo e de ser residente da União de Freguesias da Glória e Vera Cruz. Os indivíduos foram selecionados ao acaso, nas ruas, havendo apenas a preocupação de corresponderem às características definidas. Não foram considerados como válidos os inquéritos efetuados a pessoas que mostrassem sinais de desagrado ou de relutância em responder, passando-se o mesmo com os inquéritos com desistências a meio.

O registo das respostas nos formulários efetuou-se exclusivamente pelos residentes, salvo raras exceções. O trabalho de recolha de dados foi acompanhado de perto pelo investigador, esta supervisão foi imprescindível para garantir a qualidade do estudo, devido à dispersão geográfica da dos bairros na freguesia. De referir, que se pretendeu uma heterogeneidade de respostas, no que diz respeito ao inquérito, quer por questionário, quer por entrevista, procurando-se abordar indivíduos dos diversos bairros da freguesia.

Para Hill e Hill (2005), é fundamental realizar um pré-teste para testar as perguntas inseridas num inquérito. Participaram no pré-teste **15 indivíduos** no caso do inquérito por questionário e **5 indivíduos** no caso do inquérito por entrevista. Estes foram abordados presencialmente, em agosto de 2019, tendo sido selecionados aleatoriamente, obedecendo, contudo, à premissa de que deviam ser residentes da freguesia com idades superiores a 18 anos. Em resultado do pré-teste foram sugeridas pequenas alterações em ambos os inquéritos, entre elas a mudança de algum vocabulário e alterações de questões. As indicações recolhidas foram consideradas importantes e, nesse sentido, foram inseridas na versão final dos questionários e guiões de entrevista aplicados à amostra definida.

## **5.5. Universo de estudo e amostra**

Sendo a população em estudo muito vasta, a dificuldade em inquirir todo o universo é uma realidade. Em função disto, determinou-se estudar apenas uma amostra, que vise assegurar características idênticas à população em estudo. Com efeito, o processo de amostragem deve assegurar que a amostra seja representativa, isto é, que seja “selecionada de tal forma que todos os membros que fazem parte da população a inquirir tenham a mesma probabilidade de a integrar” (Veal, 1997, p. 205).

As várias técnicas de amostragem<sup>13</sup> podem ser classificadas como probabilísticas ou não probabilísticas (Clark, Riley, Wilkie, & Wood, 1998; Finn et al., 2000; Gray, 2004; Jennings, 2001). As primeiras são as preferíveis, uma vez que permitem demonstrar a representatividade da amostra e estimar o grau de confiança com que as conclusões podem ser extrapoladas para a população (Hill & Hill, 2005).

---

<sup>13</sup> Amostragem é o meio através do qual os sujeitos ou as unidades de estudo são incluídas no projeto de investigação (Sarantakos, 1998).

Em turismo, o processo de amostragem enfrenta dificuldades pela falta de informação sobre a população em análise (Eusébio, Kastenholz, & Carneiro, 2003). Para além disso, a conceção do processo de amostragem no presente estudo teve ainda em conta as condicionantes do método de inquirição (somente os residentes da freguesia, com idade superior a 18 anos poderiam responder ao inquérito). Assim, foi selecionado o método de amostragem por conveniência. Procurou-se evitar o enviesamento da amostra através de uma abordagem assertiva, em diversos locais de inquirição, a todas as pessoas que, na altura, foram identificadas como residentes, através de uma metodologia que se aproxima à amostragem por *clusters* definidos em termos de espaço e tempo (Eusébio *et al.*, 2003).

Na amostragem por *clusters* a população-alvo tende a ser agrupada em agregados com base na proximidade física, sendo a amostra identificada, muitas vezes, por seleção aleatória, no tempo e no espaço, de um subconjunto de grupos (Davis, 1999). Este é um método probabilístico com vantagens, no que diz respeito a tempo e custo, utilizado para estudar uma população vasta ou geograficamente diversa, que pretende que a amostra compreenda grupos de elementos com heterogeneidade intragrupo e homogeneidade intergrupo (Jennings, 2001).

A definição de *clusters* no espaço e no tempo verificou-se, no sentido em que cada ponto de inquirição foi associado a um cluster de residentes com uma alta probabilidade de pertencer à população em estudo e nos sucessivos períodos de inquirição eram questionados todos os indivíduos e, desses, inquiriam-se os que se enquadrassem na população-alvo, sendo convidados a participar na pesquisa todos os residentes num determinado momento de um determinado dia sucessivamente e, aleatoriamente, nos vários pontos de inquirição.

A amostragem por conveniência é uma técnica de amostragem em que, como o próprio nome indica, a amostra é identificada inicialmente por conveniência, onde os elementos são incluídos na amostra sem probabilidades previamente especificadas ou conhecidas de eles serem selecionados (Anderson, Sweeney, & Williams, 2007). Este tipo de técnica pode ser utilizada quando, embora se tenha a possibilidade de atingir toda a população, se seleciona a amostra de uma parte da população que esteja acessível (Neto, 2002).

A amostragem por conveniência tem a vantagem de permitir que a escolha de amostras e a recolha de dados sejam relativamente fáceis. No entanto, é impossível avaliar a “excelência” da amostra em termos da sua representatividade da população (Anderson,

Sweeney, & Williams, 2007). Considerando a centralidade geográfica em termos de foco turístico e, de modo a contemplar a heterogeneidade da distribuição espacial da procura de inquiridos, foi importante assegurar que a recolha de dados integrasse pontos de inquirição não só no centro da freguesia, mas também noutros pontos periféricos, o que se verificou de acordo com o método de amostragem utilizado.

Procuraram incluir-se, em cada dia de inquirição, todos os residentes que se enquadrassem no público-alvo da investigação, com exceção daqueles que passavam enquanto o investigador estava ocupado em contacto com outro residente. Quanto ao tamanho da amostra, não há regras rígidas ou fáceis de aplicar sobre qual o tamanho da amostra a ser selecionado, especialmente nos casos em que não são conhecidas muitas das características da população, entre elas a variância das principais variáveis em estudo nesta dissertação – percepções e atitudes face à apropriação de espaços públicos. Foram tidas em conta questões de tempo e de custo, a par das considerações relativas à população em estudo. Considera-se que o processo de amostragem seguido permitiu obter uma amostra com características aproximadas às da população em estudo, ainda que com limitações acima reconhecidas (Clark *et al.*, 1998).

Considerando o contexto da análise quantitativa, especificamente a necessidade de realizar análises fatoriais, a amostra reunida tentou obedecer às seguintes premissas que se referem em seguida.

Crocker e Algina (1986) indicam a regra de, numa análise fatorial, se dever ter o mínimo de dez sujeitos por variável, e um mínimo de 100 sujeitos na amostra total. Por outro lado, Gorsuch (1983) indica que a amostra deve conter pelo menos cinco participantes por variável e uma amostra total de, pelo menos, 200 sujeitos. Contrariamente, Wolins (1995), afirma que não existe um tamanho de amostra mínimo para efetuar uma análise fatorial com um determinado número de variáveis. Na mesma linha de pensamento, Guadagnoli e Velicer (1988) indicam também que não existe nenhuma recomendação relativamente à relação entre o número de participantes e o número de variáveis; o tamanho desejado de uma amostra está depende do tamanho das cargas fatoriais (*factor loadings*) obtidas. Porém, referem que amostras de 300 a 400 sujeitos são necessárias para atingir soluções estáveis. Nesta perspetiva, Pasquali (1999), indica que o tamanho desejável da amostra para a análise fatorial é um mínimo de 100 sujeitos por fator medido (Pasquali, 1999). É, portanto, classificável o tamanho das amostras de 50 como muito inferiores, de 100 como inferiores, de 200 como

razoáveis, de 300 como boas, de 500 como muito boas e de 1.000 ou mais como excelentes (Comrey & Lee, 1992). Esta classificação determina a amostra presente nesta dissertação como boa.

Foi reunida uma amostra de **331 indivíduos**, 301 residentes inquiridos por questionário e 30 residentes inquiridos por entrevista.

### 5.5.1. Caracterização da amostra dos residentes inquiridos por questionário

Existe um grande equilíbrio na amostra dos inquiridos em termos de sexo, sendo cerca de 59,1% dos residentes do sexo feminino. A maioria dos inquiridos (58,5%) tem entre 21 e 30 anos. Os inquiridos com idade superior a 60 anos representam 4,7% da amostra, enquanto o grupo dos residentes jovens, com idades entre os 18 e os 20 anos, representa 28,9% da amostra. No que diz respeito ao estado civil, os solteiros constituem o maior grupo da amostra (55,5%). Por sua vez, os residentes casados ou em união de facto representam 37,2% da amostra, seguindo-se os viúvos e divorciados, com 3,0% e 4,3% respetivamente (Tabela 21).

**Tabela 21. Idade, sexo e estado civil**

<b>Idade</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>
18 a 20 anos	87	28,9		
21 a 30 anos	89	58,5		
31 a 40 anos	50	75,1		
41 a 50 anos	38	87,7	31,76	13,559
51 a 60 anos	23	95,3		
Mais de 61 anos	14	100,0		
<b>Total</b>	301	100,0		
<b>Sexo</b>	<b>N</b>	<b>%**</b>		
Feminino	178	59,1		
Masculino	123	40,9		
<b>Total</b>	301	100,0		
<b>Estado Civil</b>	<b>N</b>	<b>%**</b>		
Casado(a)/União de facto	112	37,2		
Solteiro(a)	167	55,5		
Viúvo(a)	9	3,0		
Divorciado(a)	13	4,3		
<b>Total</b>	301	100,0		

\* Percentagem acumulada.

\*\* Percentagem válida.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Mais de dois quintos dos inquiridos (41,2%) possuem o ensino superior, seguindo-se os inquiridos do ensino secundário (com 39,2%), do ensino básico (17%) e com habilitações inferiores ao 1º ciclo (1,3%). Estes resultados estão relacionados com o contexto sociodemográfico da própria Cidade, nomeadamente com o facto de Aveiro ser uma cidade detentora de uma universidade, e com a maior receptividade dos estudantes para participar em estudos deste tipo e responder a questionários (Tabela 22).

Mais de metade dos residentes inquiridos estão a desempenhar uma atividade profissional remunerada (60,2%). Destes, 10,0% por contra própria e 50,2% por conta de outrem. Por sua vez, os inquiridos desempregados representam apenas 1,7 % da amostra. Do grupo de inquiridos que não desempenham uma atividade profissional, destacam-se os estudantes (33,9%), seguindo-se os reformados (3,0%). Por último, é de referir que dos 301 inquiridos, 1,3% (4 indivíduos) possuem ocupações que não se enquadram nas opções disponíveis (Tabela 23).

Observando os resultados da questão “Caso seja trabalhador(a), a sua atividade insere-se no setor do turismo?”, verifica-se que os profissionais que não estão a exercer uma atividade profissional diretamente relacionada com o sector do turismo, representam 64,1% dos inquiridos (Tabela 22). Por outro lado, 35,9% da amostra exercem uma atividade profissional diretamente relacionada com este setor. Destes últimos, mais de dois quintos trabalham no subsector da restauração e bebidas (40,7%), ganhando este subsector particular destaque neste domínio, seguindo-se o alojamento, com 16,7%.

**Tabela 22. Habilitações literárias, situação perante o emprego e profissão, e ligação em termos de trabalho à atividade turística**

<b>Grau de escolaridade</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>
Inferior ao 1.º ciclo	4	1,3
Ensino Básico	51	18,3
Ensino Secundário	122	58,8
Ensino Superior	124	100,0
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>
<b>Situação profissional</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>
Desempregado(a)	5	1,7
Estudante	102	33,9
Trabalhador(a) por conta própria	30	10,0
Trabalhador(a) por conta de outrem	151	50,2
Reformado(a)	9	3,0
Outro	4	1,3
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>
<b>Trabalhador no setor do turismo</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>
Sim	108	35,9
Não	193	64,1
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>
<b>Subsetor do turismo</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>
Alojamento	18	16,7
Restauração e bebidas	44	40,7
Transportes	11	10,2
Agência de viagens e operadores turísticos	7	12,0
Recreio e lazer	13	10,2
Serviços culturais	11	3,7
Outros	4	1,3
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>

\* Percentagem válida.

Fonte: Elaborada pelo autor.

No que diz respeito à dimensão do agregado familiar (Tabela 23), dada a heterogeneidade de respostas optou-se por agrupar as respostas em três grupos: de 1 a 2 elementos; de 3 a 4 elementos e de 5 a 8 elementos. O primeiro corresponde a 6% da amostra, o segundo corresponde a 66,8% e o terceiro a 9,6%.

Em termos de rendimento médio líquido anual do agregado familiar (Tabela 24), observa-se que uma grande parcela dos inquiridos (50,8%) tem um rendimento no nível da média nacional, seguindo-se 38,5% com um rendimento abaixo da média nacional e 10,6% com um rendimento acima da média nacional anual.



**Tabela 23. Dimensão e rendimento do agregado familiar**

<b>Dimensão agregado familiar</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>	<b>Média</b>
1 a 2 elementos	71	23,6	3,18
3 a 4 elementos	201	90,4	
5 a 8 elementos	29	100,0	
<b>Total</b>	301	100,0	
<b>Rendimento do agregado familiar (31.390,5 euros anuais)</b>	<b>N</b>	<b>%**</b>	
Abaixo da média nacional	116	38,5	
No nível da média nacional	153	50,8	
Acima da média nacional	32	10,6	
<b>Total</b>	301	100,0	

\* Percentagem acumulada.

\*\* Percentagem válida.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Perguntou-se aos inquiridos há quanto tempo residiam na Cidade (Tabela 24). Dada a abrangência de respostas optou-se por estabelecer grupos de dez em dez anos, em função das respostas recebidas. Como tal, é perceptível que a maior parte dos indivíduos reside na cidade há pelo menos 10 anos (163 indivíduos). Destes, 121 indivíduos vivem na cidade há um período entre 1 a 5 anos e 42 indivíduos entre 6 a 10 anos, seguindo-se os que vivem na cidade entre 11 a 20 anos (51 indivíduos) e os que residem entre 21 a 30 anos (29 indivíduos). É perceptível também que a média de anos de residência corresponde aos 16,69 anos.

**Tabela 24. Há quanto tempo vive na cidade**

<b>Há aproximadamente quanto tempo vive na cidade</b>	<b>N</b>	<b>%*</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>
1 a 10 anos	163	54,2	16,69	17,763
11 a 20 anos	51	71,1		
21 a 30 anos	29	80,7		
31 a 40 anos	16	86,0		
41 a 50 anos	20	92,7		
51 a 60 anos	14	97,3		
Mais de 61 anos	8	100,0		
<b>Total</b>	301	100,0		

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar a tabela 25, é possível chegar a algumas conclusões sobre o bairro de residência e a ligação a esse bairro. Em relação ao bairro de residência, os bairros onde residem mais inquiridos são o bairro das Glicínias (onde residem 43 inquiridos) e o bairro da Vera Cruz (com 41 indivíduos a residirem aí).

Os inquiridos foram também agrupados, seguindo indicações da Câmara Municipal de Aveiro, por grupos de bairros de residência (Tabela 26), em função da proximidade geográfica dos mesmos e de algumas semelhanças ao nível das suas características, por forma a facilitar, posteriormente, a análise da relação entre os bairros de residência e outras variáveis.

Em relação ao tipo de ligação que os residentes consideram ter com o bairro, o facto de os inquiridos terem mudado para o bairro por motivos de estudo, surge como fator de destaque (apontado por 91 indivíduos), seguindo-se o motivo de ter nascido e sido criado(a) no bairro (87 indivíduos), o de ter mudado para o bairro por outras questões pessoais (72 indivíduos) e de ter mudado por questões de trabalho (51 indivíduos).

**Tabela 25. Residência: Bairro e ligação**

<b>Bairro de residência*</b>	<b>N</b>	<b>% **</b>
<b>Grupo 1</b>	<b>160</b>	<b>53,1</b>
Alboi	10	3,3
Fonte Nova	26	8,6
Misericórdia	14	4,7
Rossio	16	5,3
Vera Cruz	41	13,6
Barrocas	23	7,6
Beira-Mar	30	10
<b>Grupo 2</b>	<b>74</b>	<b>24,6</b>
Bairro do Liceu	27	9,0
Crasto	19	6,3
Santiago	28	9,3
<b>Grupo 3</b>	<b>67</b>	<b>22,3</b>
Forca	22	7,3
Glicínias	43	14,3
(Outro) Caião	2	0,7
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>
<b>Ligação ao bairro</b>	<b>N</b>	<b>% **</b>
Nasci e fui criado(a) cá	87	28,9
Mudei por questões de estudo	91	30,2
Mudei por questões de trabalho	51	16,9
Mudei por outras questões pessoais	72	23,9
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>

\* Os bairros de residência foram agrupados por localização geográfica.

\*\* Percentagem válida.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Estes dados afiguram-se como pertinentes em termos de análise, na medida em que o tempo de residência, a distância entre o local de residência e as áreas turísticas e a ligação ao bairro, constituem fatores que tendem a influenciar as percepções dos residentes face aos impactes do turismo e, conseqüentemente, à apropriação do espaço por parte dos turistas (Madrigal, 1993; Ritchie & Inkari, 2006; Tosun, 2002; Williams & Lawson, 2001).

### 5.5.2. Caracterização da amostra dos residentes inquiridos por entrevista

A tabela 26 diz respeito ao universo de indivíduos residentes inquiridos pelo método de inquérito por entrevista. Ao analisarmos os dados expostos observam-se os resultados que se apresentam em seguida. Em relação à **idade**, os inquiridos foram agrupados por faixas etárias, dos 18 aos 20 anos (um indivíduo), dos 21 aos 30 anos (13 indivíduos), dos 31 aos 40 anos (seis indivíduos), dos 41 aos 50 anos (5 indivíduos), dos 51 aos 60 anos (três indivíduos) e mais de 61 anos (dois indivíduos).

No que diz respeito ao **sexo**, 16 indivíduos são do sexo feminino e 14 indivíduos são do sexo masculino.

Face ao **estado civil**, 14 indivíduos são casados, assim como 14 indivíduos são solteiros, um indivíduo é viúvo e um indivíduo é divorciado.

Por sua vez, em relação ao **grau de escolaridade**, um indivíduo é detentor do ensino básico (1º ciclo), 5 indivíduos são detentores do ensino básico (2º e 3º ciclos), seis indivíduos são detentores do ensino secundário e 19 indivíduos são detentores do ensino superior (12, licenciados, sete mestres).

Perante a **situação profissional**, sete indivíduos são estudantes e dois são trabalhadores estudantes, dois são reformados e 19 indivíduos são trabalhadores (quatro trabalhadores por conta própria e 15 trabalhadores por conta de outrem);

Neste contexto, no que respeita à **atividade profissional dos indivíduos**, 14 indivíduos afirmam não estarem ligados à atividade turística. Por outro lado, 16 indivíduos afirmam estar ligados à atividade turística. Destes, um trabalha em agência de viagens, dois em recreio e lazer, um em serviços culturais, dois em transportes, quatro em alojamento e seis em restauração e bebidas.

Em relação ao contexto de residência, nomeadamente, **tempo de residência**, 14 indivíduos residem na Cidade num período entre 1 a 10 anos, quatro indivíduos entre 11 a

20 anos, dois entre 21 a 30 anos, cinco entre 31 a 40 anos, dois entre 51 a 60 anos e dois indivíduos há mais de 60 anos.

Por sua vez, em relação ao **bairro de residência**, 4 indivíduos residem em Santiago, 3 na Beira-Mar, 2 no Alboi, 4 na Vera Cruz, 3 na Fonte Nova, 2 no Rossio, 2 nas Barrocas, 2 nas Glicínias, 2 na Forca, 3 no Liceu, 2 na Misericórdia e 1 no Crasto.

Em último lugar, no que concerne à sua **ligação ao bairro**, 7 indivíduos mudaram-se por questões de trabalho, 9 indivíduos por questões de estudo, 3 indivíduos por questões pessoais e 11 indivíduos nasceram e foram criados no bairro.

A alocação das características sociodemográficas dos inquiridos (Williams & Lawson, 2001; Gursoy & Rutherford, 2004; Teye *et al.*, 2002), assim como o envolvimento (Andereck *et al.*, 2005) e grau de dependência económica face à indústria turística (Haralambopoulos & Pizam, 1996; Gursoy & Rutherford, 2004; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015) e o tipo de ligação dos residentes à comunidade (Tosun, 2002), no inquérito por entrevista, é pertinente, na medida em que, a par do inquérito por questionário, estas características influenciam de modo direto a perceção e atitude dos residentes face à atividade turística e, consequentemente, possivelmente, face às apropriações dos espaços públicos.

**Tabela 26. Perfil sociodemográfico dos residentes - Inquérito por entrevista**

Código*	Idade	Sexo	Estado civil	Grau de escolaridade	Situação profissional	Caso seja trabalhador(a), a sua atividade insere-se no setor do turismo? Se sim, qual o subsetor?	Há quanto tempo vive na cidade?	Bairro de residência	Qual a sua ligação ao bairro?
1F	22	F	solteira	12º ano	Estudante	Não	3	Santiago	Questões de estudo
2M	32	M	casado	licenciatura	Trabalhador conta pro.	Sim; Alojamento	9	Beira-mar	Questões pessoais
3F	33	F	casada	licenciatura	Trabalhador conta out.	Sim; Transportes	33	Beira-mar	Nasci e fui criado(a) cá
4M	49	M	casado	12º ano	Trabalhador conta out.	Sim; Restauração e bebidas	40	Alboi	Questões pessoais
5M	54	M	casado	6º ano	Trabalhador conta out.	Não	54	Beira-mar	Nasci e fui criado(a) cá
6M	56	M	casado	5º ano	Trabalhador conta out.	Não	56	Vera Cruz	Nasci e fui criado(a) cá
7F	68	F	casada	4º ano	Reformada	Não	68	Fonte Nova	Nasci e fui criado(a) cá
8F	44	F	solteira	licenciatura	Trabalhador conta out.	Sim; Recreio e lazer	15	Vera Cruz	Questões de trabalho
9F	54	F	casada	12º ano	Trabalhador conta out.	Não	20	Rossio	Questões de trabalho
10M	24	M	solteiro	licenciatura	Estudante	Não	4	Santiago	Questões de estudo
11M	27	M	solteiro	licenciatura	Trabalhador conta out.	Sim; Restauração e bebidas	7	Fonte Nova	Questões de trabalho
12F	29	F	solteira	licenciatura	Trabalhador conta pro.	Sim; Restauração e bebidas	29	Rossio	Nasci e fui criado(a) cá
13F	30	F	casada	mestrado	Trabalhador conta pro.	Sim; Restauração e bebidas	9	Fonte Nova	Questões de trabalho
14M	23	M	solteiro	licenciatura	Trabalhador/Estudante	Sim; Alojamento	3	Santiago	Questões de estudo
15F	33	F	casada	licenciatura	Trabalhador/Estudante	Não	5	Vera Cruz	Questões de estudo
16F	36	F	casada	mestrado	Trabalhador conta out.	Não	36	Barrocas	Nasci e fui criado(a) cá
17M	23	M	solteiro	12º ano	Estudante	Não	4	Misericórdia	Questões de estudo
18M	29	F	solteira	9º ano	Trabalhador conta out.	Sim; Alojamento	5	Glicínias	Questões de trabalho
19M	66	M	viúvo	6º ano	Reformado	Não	66	Misericórdia	Nasci e fui criado(a) cá
20M	19	M	solteiro	12º ano	Estudante	Não	1	Glicínias	Questões de estudo
21F	39	F	casada	mestrado	Trabalhador conta out.	Sim; Alojamento	15	Forca	Questões pessoais
22F	24	F	solteira	mestrado	Estudante	Não	5	Santiago	Questões de estudo
23M	26	M	solteiro	mestrado	Estudante	Não	6	Liceu	Questões de estudo
24M	22	M	solteiro	licenciatura	Estudante	Não	3	Liceu	Questões de estudo
25F	28	F	solteira	licenciatura	Trabalhador conta out.	Sim; Recreio e lazer	8	Forca	Questões de trabalho
26F	30	F	casada	mestrado	Trabalhador conta out.	Sim; Serviços culturais	30	Alboi	Nasci e fui criado(a) cá
27M	31	M	casado	licenciatura	Trabalhador conta out.	Sim; Agência de viagens	31	Barrocas	Nasci e fui criado(a) cá
28M	33	M	solteiro	10º ano	Trabalhador conta out.	Sim; Restauração e bebidas	33	Crasto	Nasci e fui criado(a) cá
29F	43	F	divorciada	mestrado	Trabalhador conta pro.	Sim; Restauração e bebidas	20	Vera Cruz	Questões de trabalho
30M	45	M	casado	licenciatura	Trabalhador conta out.	Sim; Transportes	45	Liceu	Nasci e fui criado(a) cá

Fonte: Elaborada pelo autor.

## **5.6. Análise de dados**

### **5.6.1. Análise de dados quantitativos: Técnicas estatísticas utilizadas**

Com vista à validação do objetivo proposto nesta investigação, recorreu-se a vários métodos de análise de estatística, a saber: univariada, bivariada e multivariada (Burns, 2000; Hill & Hill, 2005; Reis, 2001; Thomas & Nelson, 1996). Apresentam-se em seguida as técnicas e as fases em que as mesmas foram utilizadas. A caracterização da amostra dos residentes inquiridos foi realizada recorrendo a técnicas de estatística univariada, nomeadamente: tabelas de frequência, representação gráfica e cálculos da média e do desvio padrão.

Na segunda fase da análise de dados, recorreu-se a técnicas de estatística bivariada para verificar se existiam diferenças estatisticamente significativas nas perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos de acordo com as suas características sociodemográficas, perceção dos impactes do turismo, nível de interação com os turistas, tempo de residência e ligação ao bairro. O recurso a estas técnicas permitirá avaliar os fatores que estão relacionados com as perceções dos residentes face à apropriação dos espaços públicos. A análise da existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos foi realizada utilizando o teste t para amostras independentes, quando se tinham dois grupos, e o teste da ANOVA, quando existiam mais do que dois grupos. Sempre que os pressupostos não eram verificados para aplicar estes testes utilizaram-se os testes não paramétricos correspondentes (ex. o teste de Kruskal Wallis). Foram também utilizadas correlações para analisar a existência de associação entre algumas dessas variáveis.

Foram também utilizados testes de t para amostras independentes para perceber se existia associação entre as estratégias propostas pelos residentes para um adequado desenvolvimento do turismo e outros dois tipos de variáveis – as perceções de apropriação do espaço e as atitudes relativamente aos turistas.

Numa terceira fase utilizaram-se técnicas de estatística multivariada. A principal vantagem das técnicas de estatística multivariada é a “sua capacidade de acomodar múltiplas variáveis numa tentativa de compreender as relações complexas não possíveis com métodos univariados e bivariados” (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009). As técnicas de estatística multivariada utilizadas foram: análises fatoriais e regressões lineares múltiplas.

Foram feitas análises fatoriais pois verificou-se a necessidade de efetuar uma redução do número de variáveis que representavam alguns construtos. De facto, “no modelo da análise fatorial, há muitas variáveis observadas cujo objetivo é gerar fatores subjacentes não observados” (King, 2001, p. 681). Ou seja, a principal função das diferentes técnicas de análise fatorial é reduzir as variáveis observadas num menor número de fatores. A utilização desta técnica visa possibilitar uma melhor organização das variáveis que compõem os fatores. A análise de componentes principais pode ser vista como uma forma de análise fatorial exploratória (Gorsuch, 1997; Goldberg & Digman, 1994; Velicer & Jackson, 1990; Widaman, 1993). Para a concretização dessa redução recorreu-se a **análises fatoriais de componentes principais exploratórias**.

Para que se possa aplicar a técnica de análise do modelo fatorial, deve existir a premissa de haver correlação entre as variáveis (Pestana & Gageiro, 2000; Field, 2005). O teste de Bartlett foi usado para testar a hipótese da matriz das correlações com determinante igual a 1 (Pestana & Gageiro, 2000). Para testar a validade da análise fatorial utilizou-se a medida de adequação de amostragem de KMO (Tabela 27), que é uma medida da homogeneidade das variáveis que compara as correlações simples com as correlações parciais observadas entre as variáveis (Marôco, 2018; Pestana & Gageiro, 2000). O Alpha de Cronbach foi utilizado para medir a correlação entre respostas através da análise do perfil das respostas dadas pelos inquiridos.

**Tabela 27. Valores do teste KMO**

Valores do teste KMO	Análise Fatorial
Entre 0,9 e 1	- <b>Muito boa</b>
Entre 0,8 e 0,9	- <b>Boa</b>
Entre 0,7 e 0,8	- <b>Média</b>
Entre 0,6 e 0,7	- <b>Razoável</b>
Entre 0,5 e 0,6	- <b>Má</b>
<0,5	- <b>Inaceitável</b>

Adaptado de Pestana e Gageiro (2000).

Outra premissa da análise fatorial é que a comunalidade - proporção da variância de cada variável explicada pelos fatores extraídos (Marôco, 2018) -. deve ser maior ou igual a 0,5 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2009). Por último, deve-se ter em conta o número de fatores a reter aquando da utilização desta análise. Existem vários critérios que facultam a

determinação do número de fatores a reter, a saber: o critério de Kaiser, o critério do *Scree-plot* e a percentagem da variância explicada. O primeiro, utilizado nesta dissertação, recomenda reter todos os fatores cujos valores próprios (*eigenvalues*) são superiores a 1, se a análise for feita a partir de uma matriz de correlações. Porém, não são de menosprezar fatores com valores próprios superiores a 0,85. O segundo é a representação gráfica dos fatores no eixo das abcissas e dos respetivos valores próprios no eixo das ordenadas. O preceito é reter os fatores até aquele em que se observa o ponto de inflexão da curva que relaciona o número do fator e o respetivo *eigenvalue*.

Quanto ao terceiro, a percentagem da variância explicada, também utilizado nesta investigação, existem divergências no que diz respeito ao limiar mínimo a ter em conta. Por um lado, Marôco (2010) refere um mínimo aceitável de 50%. Por outro, Reis (2001) considera um mínimo de 70% e, por outro, Hair et al. (2009) fazem a distinção entre o tipo de assunto a ser tratado, ora de ciências naturais ora de ciências sociais. Segundo estes autores, deve adotar-se um mínimo de 95% em ciências naturais e um mínimo de 60% em ciências sociais.

Porém aquando da utilização deste tipo de análise deve-se perceber se a análise fatorial é ou não de boa qualidade para a investigação em curso. Para tal devem ter-se em consideração as seguintes premissas, a saber:

- Em primeiro lugar, o valor de  $p$  do teste de Bartlett tem que ser menor ou igual a 0,05 para que exista correlação entre as variáveis;
- Em segundo lugar, O KMO tem que ser maior que 0,7;
- Em terceiro lugar, todas as variáveis têm que ter uma comunalidade maior ou igual a 0,5;
- Em quarto lugar, a variância total explicada pelos fatores tem que ser maior ou igual a 60%;
- Em quinto lugar, cada variável deve ter um *factor loading* maior ou igual a 0,5 num fator. O *factor loading* representa a correlação entre uma variável e um fator;
- Em sexto e último lugar, o Alfa de Cronbach de cada fator tem que ser maior ou igual a 0,7, podendo ser maior ou igual a 0,6 em análises fatoriais exploratórias ou quando o fator tem um reduzido número de variáveis (Garson, 2012; Hair et al., 2009; Stevens, 1996; Tabachnik & Fidell, 2005).



As regressões lineares múltiplas foram utilizadas com dois objetivos: analisar a influência de diversos fatores anteriormente mencionados (características sociodemográficas, interação com os turistas, percepções dos impactes negativos e positivos do turismo) na percepção dos residentes relativamente à apropriação do espaço por parte dos turistas, sendo outras regressões utilizadas para analisar a influência das percepções de apropriação do espaço nas atitudes dos residentes relativamente aos turistas.

### **5.6.2. Análise de dados qualitativa: Técnicas utilizadas**

O princípio de que os métodos quantitativos e os qualitativos devem ser utilizados de modo isolado, atualmente já não é tão defendido, na medida em que, cada vez mais, se compreende a necessidade de articular ambos para responder de forma apropriada às questões da investigação (Costa, Moreira, & Souza, 2011). Antes de se proceder a uma análise de conteúdo, deve-se ter em consideração a estrutura básica da análise de conteúdo. Neste contexto, destaca-se a proposta de Bardin (2004), a saber:

- i. Organização da análise: pré-análise do material, primeira interpretação;
- ii. Codificação: tratamento do material com vista à representação do conteúdo;
- iii. Categorização: representação simplificada dos dados;
- iv. Inferência: incidência do tipo de interpretação de análise.

Como já foi referido, proceder-se-á a uma análise de conteúdo das entrevistas efetuadas aos residentes. Nesta secção será justificada a opção pelo software WebQDA. Esta opção incidiu, principalmente, nas características que tornam este *software* díspar dos demais e que são apresentadas em seguida.

Em primeiro lugar, o WebQDA é um software de análise de dados qualitativos colaborativo, na medida em que, e apesar de existirem vários programas de *software* que tratam os dados não numéricos e não estruturados (Souza, Costa, & Moreira, 2010), no caso desta investigação o texto, nenhum deles pode ser utilizado ao mesmo tempo por vários investigadores em tempo real, esta característica aponta este *software* como uma ferramenta que potencia a colaboração e a distribuição do tratamento dos dados por mais que um elemento.

Em segundo lugar, o WebQDA não tem um conteúdo e estrutura teórica ou categorial rígida. Este *software* pode ser configurado de acordo com as necessidades do investigador,

na medida em que permite que os dados sejam tratados de forma mais eficiente e aprofundada através da criação de um conjunto de códigos com vista à categorização que se pretendem elencar, assim como possibilita a procura de padrões que se repetem no decorrer do texto. Em terceiro e último lugar, o WebQDA disponibiliza ao investigador testar teorias sobre as relações dos dados, explorar novas relações no decorrer da análise, criar mapas de relações, completar a análise dos dados e registar e guardar os resultados de pesquisa (Given, 2008).

O WebQDA está organizado em três áreas. A presente análise de conteúdo dos inquéritos por entrevista aos residentes alvo desta investigação regeu-se pela mesma organização que a seguir se apresenta. Na primeira área – das **fontes** – efetivou-se a colocação dos dados de que se dispõe – as transcrições das entrevistas –, organizados de acordo com o contexto da investigação. Na segunda área, das **categorias**, interpretativas (interpretação das respostas) ou descritivas (caraterização dos indivíduos) interligam-se e estruturam-se as fontes, através da criação de categorias e subcategorias. No contexto desta investigação foram criadas as categorias e subcategorias de resposta (Tabela 28) e as caraterísticas sociodemográficas dos residentes respondentes (Tabela 26). Na terceira área, do **questionamento**, procedeu-se à análise das respostas obtidas nas entrevistas, com vista à sua interpretação, seleção e alocação das respostas dos residentes às categorias e subcategorias adequadas.

**Tabela 28. Categorização das respostas dos residentes - inquérito por entrevista**

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>
	<b>Impactes Positivos</b>
Económicos	Aumento do rendimento dos residentes Maior diversidade de oferta de serviços Aumento do poder de compra Crescente investimento na cidade Novas oportunidades de emprego
Ambientais	Conservação dos recursos naturais da cidade
Sociais	Melhoria de infraestruturas urbanas Diminuição de preconceitos e estereótipos Contribuição para o crescimento populacional Aumento da segurança e diminuição da criminalidade Melhoria da qualidade de vida dos residentes Aumento do orgulho dos residentes quanto à cidade Fortalecimento da ligação da comunidade local à sua área de residência
Culturais	Promoção da diversidade intercultural Aumento da animação e oferta cultural Preservação e promoção da cultura e tradições locais

	Preservação e reabilitação de imóveis históricos e melhoria da estética da cidade
<b>Impactes negativos</b>	
Económicos	<p>Redução do comércio tradicional e estabelecimentos comerciais históricos</p> <p>Aumento da concorrência no mercado de trabalho</p> <p>Aumento dos preços dos imóveis</p> <p>Aumento dos preços dos bens e serviços</p> <p>Aumento do custo de vida</p> <p>Aumento da oferta de trabalho precário e sazonal</p>
Ambientais	Poluição e ruído
Sociais	<p>Transformações na configuração e alteração dos bairros tradicionais</p> <p>Falta de estacionamento</p> <p>Congestionamento na mobilidade urbana</p> <p>Sobrecarga dos espaços públicos, lazer e comércio</p> <p>Sobrecarga dos serviços públicos</p> <p>Aumento da insegurança e criminalidade</p> <p>Perturbação da vida quotidiana da comunidade residente</p>
Culturais	<p>Descaraterização das tradições e culturas locais</p> <p>Aumento dos preços de atividades culturais e de lazer</p>
<b>Planeamento da atividade turística</b>	Lacunas existentes no planeamento a nível local
<b>Interação entre residentes e turistas</b>	Nível de interação; frequência; local; alteração; situações; avaliação da interação
<b>Apropriação dos espaços públicos</b>	Opinião face à apropriação dos espaços públicos
Apropriação positiva	<p>Respeitam as normas dos espaços públicos</p> <p>Muitos espaços deixaram de estar abandonados graças à sua presença</p> <p>Respeitam o património e a identidade local</p> <p>Tornam os espaços mais atrativos</p> <p>Respeitam os costumes da comunidade local</p> <p>Não importunam momentos vários</p>
Apropriação negativa	<p>Contribuem para a poluição dos espaços</p> <p>Não respeitam as normas dos espaços</p> <p>Prejudicam o acesso e funcionamento aos espaços públicos</p> <p>Provocam o congestionamento e detioração dos espaços</p> <p>Causam filas de espera</p> <p>Provocam a descaraterização dos costumes e atividades locais</p> <p>Colocam em causa a segurança e potenciam a criminalidade</p> <p>Contribuem para que os residentes deixem de frequentar determinados espaços públicos</p>
Impactes da apropriação	Efeitos da apropriação no residente
<b>Atitude dos residentes</b>	
Ativa – inclusão	<p>Interajo e ajudo quando abordam</p> <p>Respeito pela sua presença</p> <p>Aprecio as alterações efetuadas nos espaços por causa da sua presença</p> <p>Quando interajo sou amável</p> <p>Valorizo os efeitos que causam a sua presença</p> <p>Explico o funcionamento e normas dos espaços</p>

	Gosto que fotografem o interior dos espaços quando estou presente
Ativa – exclusão	<p>Evito interagir</p> <p>Reclamo quando interferem</p> <p>Deixo de ir aos espaços públicos e eventos por causa da sua presença</p> <p>Expulso-os dos espaços</p>
<b>Estratégias</b>	Tipos de estratégias a adotar para minimizar os impactos da apropriação
Exclusão, imposição e proibição	<p>Proibição da entrada de turistas em espaços de culto</p> <p>Imposição de regras nos espaços</p> <p>Conceção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas</p> <p>Prioridade dos residentes ao nível do acesso aos espaços, transportes e infraestruturas públicas</p> <p>Limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio</p> <p>Imposição de limites ao crescimento de alojamento local</p> <p>Imposição de limites ao número de turistas</p>
Inclusão e sensibilização	<p>Sensibilização dos turistas sobre comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade</p> <p>Melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados pelos residentes</p> <p>Promoção da dispersão dos turistas ao longo do ano</p> <p>Promoção da dispersão dos turistas para outras zonas da cidade</p> <p>Envolvimento dos residentes nas decisões sobre a gestão e planeamento do turismo</p> <p>Incentivo dos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços</p> <p>Promoção de espaços criativos onde possam interagir residentes e turistas</p> <p>Promoção do turismo para turistas que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes</p> <p>Criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver estratégias de interação positiva</p> <p>Sensibilização da comunidade residentes sobre os efeitos positivos da presença dos turistas</p> <p>Sensibilização dos turistas sobre boas práticas a serem adotadas</p> <p>Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes</p> <p>Criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas</p>

Fonte: Elaborada pelo autor.

## 5.7. Conclusão

Neste capítulo apresentou-se a metodologia subjacente à componente empírica desta dissertação, tendo em consideração as questões de investigação formuladas com vista a alcançar os objetivos principal e específicos definidos. Na elaboração deste estudo a revisão bibliográfica revelou-se essencial na identificação e definição das variáveis a utilizar na construção do instrumento de recolha de dados sobre a problemática da questão por nós apresentada. Este capítulo caracterizou a população-alvo em estudo, a técnica de amostragem utilizada, a forma de obtenção dos dados e os métodos de tratamento e análise dos mesmos.

Sendo esta uma investigação substancialmente exploratória, importa referir que a escolha do inquérito, quer por questionário, quer por entrevista, demonstrou ser a opção mais viável para alcançar-se os objetivos propostos. Isto acontece porque um dos métodos de recolha de dados que podem ser utilizados como fontes de informação, tanto nas investigações quantitativas, como nas qualitativas, diz respeito ao inquérito – que pode ser um inquérito por questionário ou por entrevista (Bogdan & Biklen; 1994; Quivy & Campenheoudt, 2008; Tuckman, 2002).

Outro aspeto que importa também referir está associado à opção da triangulação de dados, isto porque este processo permite evitar ameaças à validade interna inerente à forma como os dados de uma investigação são recolhidos. Para uma investigação realizada segundo esta metodologia, tal como para qualquer ato de investigação, é sempre necessário pensar nas formas de recolher a informação, sejam elas: técnicas baseadas na observação, na conversa ou na análise de documentos (Bogdan & Biklen, 1994). Nesta investigação procedeu-se à recolha de dados baseados na opção metodológica acima descrita, ou seja, dados de teor qualitativo e quantitativo.

Em resumo, a investigação a que nos propusemos nesta dissertação centra-se na compreensão dos problemas, investigando o que está adjacente a certas perceções, comportamentos, atitudes ou convicções. Apesar de existir uma clara preocupação com a dimensão da amostra, foi evidente que a mesma não colocou em causa a qualidade dos resultados, logo não se coloca em causa o problema da validade e da fiabilidade dos instrumentos (Bogdan & Biklen, 1994).

O WebQDA demonstrou-se pertinente, na medida em que valida o processo de análise qualitativa, ao codificar categorias, conteúdos, contextos e inter-relações, de forma

total ou parcial. É importante que o investigador tenha sensibilidade, integridade e conhecimentos, de modo a possibilitar produzir resultados fiáveis. Os investigadores devem ter sempre em consideração que “os métodos não têm valor em si, mas na medida em que respondem melhor ou pior às questões de investigação específicas” (Henwood & Pidgeon, 1992, p. 99).

Neste capítulo também se procedeu à caracterização sociodemográfica dos residentes inquiridos. Em termos globais podem observar-se os seguintes resultados, a saber: dos 331 residentes inquiridos, a maior parte tem idades compreendidas entre os 21 e os 30 anos, são do sexo feminino, solteiros, detentores do ensino superior, trabalhadores por conta de outrem, não trabalham em atividades ligadas ao setor do turismo (estando os que trabalham, na sua maioria, ligados ao subsector da restauração e bebidas), têm um agregado familiar composto por 3 a 4 elementos, um nível de rendimento ao nível da média nacional, vivem na cidade há entre 1 e 10 anos, nos bairros pertencentes ao grupo 1 e a sua ligação ao bairro, na sua maioria, prende-se com questões de estudo.

## **IV. Análise e discussão dos resultados do estudo empírico**

## Capítulo 6. Análise e Discussão dos Resultados

### 6.1. Introdução

Neste capítulo são apresentados e discutidos os resultados da análise dos dados empíricos recolhidos. Relativamente aos dados de teor quantitativo, depois de aplicados os procedimentos de validação e de controlo de qualidade, por forma a assegurar que não existiam erros sistemáticos que enviesassem ou invalidassem os resultados a apurar, trataram-se os dados através de análises estatísticas. Relativamente à amostra conseguida, a mesma compreendia um total de **331** residentes, **301 indivíduos** inquiridos através do inquérito por questionário, e **30 indivíduos** inquiridos através do inquérito por entrevista, obedecendo-se deste modo, à premissa da triangulação de métodos de recolha de dados, possuindo dados de teor quantitativo e qualitativo, respetivamente.

Neste capítulo são apresentados e discutidos os resultados da análise dos dados empíricos recolhidos. São analisados os dados resultantes do inquérito por questionário e do inquérito por entrevista realizados a residentes da cidade de Aveiro, em simultâneo, através dos quais se pretendia compreender as perceções dos residentes relativamente à apropriação do espaço por parte dos turistas. No âmbito desses inquéritos, o objetivo é também analisar como alguns fatores que influenciam essas perceções de apropriação do espaço, bem como perceber se estas perceções influenciam algumas atitudes dos residentes relativamente ao turismo.

Relativamente aos dados qualitativos resultantes das entrevistas realizadas a um grupo de residentes de Aveiro, apesar do objetivo ser o mesmo que o inquérito por questionário, optou-se por aplicar esta técnica na medida em que pretendeu-se analisar as perceções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços, mas num nível mais aprofundado, que por intermédio do inquérito por questionário, não é possível atingir-se. Os dados correspondem à informação fornecida por **30** residentes inquiridos.



## **6.2. A percepção dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas**

Tendo como base o objetivo geral desta dissertação, nesta subsecção apresenta-se as **percepções dos residentes sobre a apropriação dos espaços públicos pelos turistas**. Com o objetivo de identificar um reduzido número de fatores que representassem bem um elevado número de itens relativos às percepções de apropriação do espaço anteriormente referidas, realizou-se uma análise fatorial dos itens que representam estas apropriações, mais especificamente uma análise de componentes principais (Tabela 28).

A amostra revela ter tamanho suficiente para realizar a análise fatorial, uma vez que Crocker e Algina (1986) defendem a regra de que deve haver o mínimo de 10 indivíduos por variável e um mínimo de 100 sujeitos na amostra total. Por outro lado, Gorsuch (1983) menciona que a amostra deve conter pelo menos 5 indivíduos por variável e que a amostra total deve ter pelo menos 200 indivíduos. Guadagnoli e Velicer (1988), por sua vez, indicam que não existe nenhuma recomendação ao nível do número de indivíduos por variável, mas que o tamanho desejado de uma amostra está depende do valor dos *factor loadings*. Porém, referem que amostras de 300 a 400 indivíduos são necessárias para atingir soluções estáveis. As amostras podem, portanto, ser classificadas, de acordo com o seu tamanho, sendo as amostras de 50 elementos classificadas como inadequadas, entre 50 e 100 muito inferiores, de 100 a 200 como inferiores, de 200 a 300 como razoáveis, de 300 a 500 como boas, de 500 a 1.000 como muito boas e de mais de 1.000 ou mais como excelentes (Comrey & Lee, 1992). Esta classificação indica que a amostra presente nesta dissertação será considerada boa.

Foi feita uma análise fatorial, mais especificamente, uma análise de componentes principais (ACP) com rotação *varimax*, de itens relativos às percepções de apropriação do espaço anteriormente referidas, com o objetivo de identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem bem os itens relativos a estas percepções (Tabela 29). Uma variável foi excluída da análise fatorial por ter uma baixa comunalidade, especificamente “provocam alterações nas atividades realizadas em espaços públicos, tornando-os mais atrativos”. Identificaram-se os seguintes cinco fatores:

- **Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços públicos (F1):** Este fator está relacionado com várias modificações negativas do espaço associadas ao acesso e qualidade dos espaços públicos, nomeadamente o facto de os residentes

passarem a ter menos acesso ao espaço público ou este acesso ser mesmo interdito, e de haver uma degradação e poluição dos espaços;

- **Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2):** Este fator está relacionado com a diminuição da segurança, o aumento da criminalidade, a deterioração de espaços de interesse e a descaraterização de costumes e tradições locais;
- **Congestionamento (F3):** Este fator está relacionado com variáveis ao nível da sobrecarga urbana, nomeadamente o aumento das filas de espera nos espaços públicos, bem como o congestionamento dos transportes e espaços públicos.
- **Respeito e valorização da cultura e património locais (F4):** Este fator está associado ao respeito pelos costumes e património, bem como à valorização de determinados espaços;
- **Respeito pelas normas/regras dos espaços públicos (F5):** Este fator está relacionado com determinadas boas práticas que devem ser adotadas aquando da visita a espaços públicos, tais como o respeito pelas normas desses espaços e o facto de não se importunarem momentos de interesse.

Para perceber se a análise fatorial é ou não de boa qualidade para a investigação em curso, foram consideradas as orientações de Garson (2012), Hair *et al.* (2009), Stevens (1996) e Tabachnik e Fidell (2005), segundo as quais uma boa análise fatorial tem de ter as seguintes características:

- i. O valor de  $p$  do teste de *Bartlett* tem de ser menor ou igual a 0,05;
- ii. O KMO tem de ser maior que 0,7;
- iii. Todas as variáveis têm de ter uma comunalidade maior ou igual a 0,5;
- iv. A variância total explicada pelos fatores tem de ser maior ou igual a 60%;
- v. Cada variável deve ter um *factor loading* maior ou igual a 0,5 num fator;
- vi. O *Cronbach's Alpha* de cada fator tem de ser maior ou igual a 0,7, podendo ser maior ou igual a 0,6 em análises fatoriais exploratórias ou quando o fator tem um reduzido número de variáveis.

Esta análise afigura-se ter boa qualidade, na medida em que o KMO é = 0,843 (sendo  $> 0,7$ ), o valor de  $p$  do teste *Bartlett's* é 0,000 (sendo  $< 0,05$ ), a variância total explicada pelos

cinco fatores é de 71,54% ( $> 60\%$ ), os *factor loadings* e as comunalidades são maiores que 0,5 e os *Cronbach Alpha* dos fatores são todos maiores que 0,7 (Tabela 28).

**Tabela 29. Análise de componentes principais das percepções da apropriação do espaço**

<b>Fatores</b>	<b>Com.</b>	<b>Factor loading</b>	<b>Eigenvalue</b>	<b>Cumulative variance explained (%)</b>	<b>Cronhach's alpha</b>
<b>F1: Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços públicos</b>			<b>5,99</b>	<b>35,27</b>	<b>0,879</b>
Contribuem para que os residentes deixem de usar determinados espaços públicos	0,570	0,707			
Potenciam a degradação dos espaços	0,688	0,722			
Contribuem para a poluição nos espaços	0,713	0,788			
Prejudicam o acesso aos espaços públicos	0,768	0,842			
Prejudicam o funcionamento dos espaços e infraestruturas públicas	0,714	0,807	<b>1,99</b>	<b>47,00</b>	<b>0,867</b>
<b>F2: Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços</b>					
Aumentam a criminalidade	0,838	0,784			
Colocam em causa a segurança	0,839	0,844			
Provocam a deterioração dos espaços de interesse público, cultural e arquitetónico	0,777	0,670			
Provocam a descaracterização dos costumes e atividades locais (ex., festividades)	0,780	0,663			
<b>F3: Congestionamento</b>					
Causam filas de espera em espaços públicos	0,689	0,782	<b>1,66</b>	<b>56,80</b>	<b>0,715</b>
Contribuem para o congestionamento dos transportes públicos	0,668	0,770			
Provocam o congestionamento excessivo de alguns espaços públicos	0,615	0,521			
<b>F4: Respeito e valorização da cultura e património locais</b>					
Respeitam os costumes da comunidade local	0,607	0,533	<b>1,39</b>	<b>65,01</b>	<b>0,619</b>
Graças à sua presença muitos espaços deixaram de estar abandonados	0,699	0,776			
Respeitam o património e a identidade cultural	0,748	0,859			
<b>F5: Respeito pelas normas e regras dos espaços públicos</b>			<b>1,11</b>	<b>71,54</b>	<b>0,710</b>
Respeitam as normas dos espaços	0,706	0,782			
Não importunam momentos (ex., religiosos, culturais, de lazer)	0,745	0,860			
N = 252; Com - Comunalidades	KMO = 0,843		Bartlett's test of sphericity = 2147,887 (p = 0,000)		

Fonte: Elaborada pelo autor.

Uma análise das percepções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas (contemplando as variáveis inseridas na análise fatorial e a variável excluída desta análise), através de uma análise descritiva (Tabela 30), permite observar que o que os residentes mais percecionam é que os turistas respeitam a valorização da cultura e património locais (F4), destacando-se particularmente o respeito pela identidade e património local (Média=4,00), numa escala de 1 “discordo totalmente” a 6 “não tenho opinião”), e a requalificação urbana (Média=3,95). O respeito pelas normas/regras dos espaços públicos (F5) - é igualmente bem percecionado, uma vez que os residentes percecionam que os turistas empregam boas práticas aquando da visita a espaços públicos, respeitando as normas desses espaços (Média=3,59) e que não importunam momentos de interesse para os residentes locais (Média=3,51).

Esta atitude de correta utilização dos espaços por parte dos turistas constitui um fator positivo para a aceitação da sua presença por parte dos residentes, isto porque o turismo surge como um processo de dispersão de funções, lugares e pessoas que é desempenhado pelos novos usuários da cidade que, por sua vez, determinam impactes na transformação e organização da cidade (Sassen, 1999). Se estes impactes forem ténues, mais facilmente os residentes aceitam a sua presença em espaços comuns de socialização.

Apesar de os residentes terem uma percepção algo positiva da apropriação que os turistas fazem dos espaços públicos, também têm uma percepção de uma apropriação negativa em determinados domínios. A percepção de apropriação dos espaços mais negativa parece estar relacionada com o congestionamento (F3). O congestionamento dos transportes e espaços públicos (Média=3,60 e 3,54, respetivamente) e o agravamento das filas de espera nos espaços públicos (Média=3,51) apresentam valores onde é perceptível que os residentes evidenciam a dificuldade em utilizar infraestruturas e serviços urbanos quando os turistas estão presentes. Perante os dados apresentados, existe uma clara evidência da maior dificuldade dos residentes em utilizar o espaço público quando há um maior número de turistas. Este resultado corrobora alguma literatura apresentada na secção 3.3.1 da revisão de literatura da presente dissertação, na medida em que é referido que o espaço público tende a desaparecer, assim como a sua qualidade e acessibilidade por intermédio das mudanças no carácter e função dos espaços públicos urbanos. O espaço reestrutura-se em função do consumo através do qual os indivíduos procuram satisfazer as suas necessidades (Bauman 2000; Maik 2011).

Este aspeto está também parcialmente relacionado com o reconhecimento de que os turistas dificultam o acesso ao espaço, aspeto que foi apontado pelos residentes, embora não estivesse relacionado com os restantes aspetos anteriormente identificados. Existe uma perceção de que os turistas prejudicam o acesso aos espaços, contribuem para a poluição dos espaços (Média=3,14 e 3,12, respetivamente) e contribuem para que os residentes deixem de frequentar determinados espaços (Média=3,06).

Contudo, e apesar da perceção de que o turismo condiciona o funcionamento dos espaços públicos, a diminuição da segurança e a descaracterização parecem ser fenómenos que ocorrem com menor intensidade. Ainda assim, ao nível destes últimos aspetos, destaca-se mais a perceção da deterioração de espaços de interesse público, cultural e arquitetónico (Média=2,84) e da descaracterização de costumes e tradições locais (Média=2,79) do que o aumento da criminalidade (Média=2,45) e a diminuição da segurança (Média=2,47). A perceção de uma apropriação negativa dos espaços em vários domínios pode ocorrer porque este tipo de transformações dos espaços públicos torna os espaços cada vez mais privados, fragmentados, descontínuos, desconectados e dificilmente relacionados com a cidade (Dymnicka 2008; Harvey 1985), o que origina, muitas vezes, o descontentamento dos residentes face à atividade turística, na medida em que a fragmentação do espaço urbano é uma consequência da mudança nas dinâmicas da vida social e de uma crise social das cidades (Mikółowski-Pomorski, 2006) que altera os padrões quotidianos da comunidade local. Verifica-se que as opiniões dos residentes relativamente à apropriação negativa dos espaços são um pouco mais heterogéneas do que as opiniões relativamente à apropriação positiva dos espaços, uma vez que o desvio padrão é ligeiramente maior no primeiro caso do que no segundo.

**Tabela 29. Análise descritiva das percepções da apropriação do espaço**

Variáveis	N	Média	Desvio padrão
<b>F1: Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços públicos</b>			
Contribuem para que os residentes deixem de usar determinados espaços públicos	292	3,06	1,250
Potenciam a degradação dos espaços	293	2,89	1,219
Contribuem para a poluição nos espaços	292	3,12	1,168
Prejudicam o acesso aos espaços públicos	293	3,14	1,185
Prejudicam o funcionamento dos espaços e infraestruturas públicas	293	3,02	1,175
<b>F2: Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços</b>			
Aumentam a criminalidade	283	2,45	1,218
Colocam em causa a segurança	286	2,47	1,238
Provocam a deterioração dos espaços de interesse público, cultural e arquitetónico	286	2,84	1,227
Provocam a descaracterização dos costumes e atividades locais (ex., festividades)	289	2,79	1,229
<b>F3: Congestionamento</b>			
Causam filas de espera em espaços públicos	286	3,51	1,117
Contribuem para o congestionamento dos transportes públicos	291	3,60	1,044
Provocam o congestionamento excessivo de alguns espaços públicos	290	3,54	1,168
<b>F4: Respeito e valorização da cultura e património locais</b>			
Respeitam os costumes da comunidade local	293	3,72	0,981
Graças à sua presença muitos espaços deixaram de estar abandonados	283	3,95	1,006
Respeitam o património e a identidade cultural	290	4,00	0,898
<b>F5: Respeito pelas normas e regras dos espaços públicos</b>			
Respeitam as normas dos espaços	297	3,59	0,959
Não importunam momentos (ex., religiosos, culturais, de lazer)	295	3,51	1,013
<b>Variáveis não inseridas em nenhum fator</b>			
Provocam alterações nas atividades realizadas em espaços públicos, tornando-os mais atrativos	280	3,69	1,070
N = 252			

Fonte: Elaborada pelo autor.

### **6.3. Fatores que influenciam as percepções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas**

Pretende-se nesta secção proceder à análise dos fatores que influenciam a percepção dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas. Primeiramente identificam-se estes fatores e é feita uma análise descritiva dos mesmos. Posteriormente examina-se a relação entre estes fatores e as percepções do espaço através de diversos tipos de análises bivariadas. Finalmente, através de regressões, analisa-se a influência dos referidos fatores nas diversas dimensões das percepções de apropriação do espaço.

#### **6.3.1. Identificação dos fatores que influenciam a percepção dos impactes do turismo**

Os fatores que poderão influenciar as percepções da apropriação dos espaços dos residentes da freguesia de Glória e Vera Cruz estão categorizados de acordo com os contributos de diversos autores (Andereck *et al.*, 2005; Butler, 1991; Gursoy & Rutherford, 2004; Teye, Sonmez & Sirakaya, 2002; Tosun, 2002) plasmados na secção 2.3.4. da presente dissertação:

##### **i. Grau de interação com os turistas**

O tipo de interação do residente com o visitante influencia de forma direta as percepções face ao turismo. Ou seja, se o grau de contacto com os turistas for positivo, as percepções serão positivas acerca do turismo, se por outro lado, o grau de interação for negativo, as percepções serão igualmente negativas (Andereck *et al.*, 2005; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Kim, 2002; Richie *et al.*, 2006; Weaver & Lawton 2001).

##### **ii. Dependência económica do turismo**

Pressupõe-se que a dependência económica dos residentes face ao turismo poderá influenciar as suas percepções dos impactes do turismo, a revisão da literatura permitiu observar que os residentes que dependem economicamente do turismo tendem a perceberem mais os benefícios económicos do turismo (Carneiro & Eusébio, 2015; Gursoy & Rutherford, 2004; Haralambopoulos & Pizam, 1996).

##### **iii. Características sociodemográficas**



Pode-se ter em consideração a existência de diferenças estatisticamente significativas nas perceções dos residentes dos impactes do turismo de acordo com as suas características sócio demográficas, designadamente a sua idade, o seu género, o seu rendimento e as suas habilitações literárias (Gursoy & Rutherford, 2004; Teye *et al.*, 2002; Williams & Lawson, 2001).

#### **iv. Local de residência**

A distância entre o local de residência e as áreas turísticas (Madrigal, 1993; Ritchie & Inkari, 2006; Williams & Lawson, 2001), assim como a ligação dos residentes à comunidade (Tosun, 2002).

Além das características sociodemográficas dos residentes, foram contemplados, na presente dissertação, outros fatores que podem influenciar as perceções de apropriação do espaço, designadamente: as perceções dos residentes relativamente a impactes positivos e negativos do turismo e a interação dos residentes com os turistas. Nas próximas secções será apresentada uma análise descritiva destes fatores.

O turismo tem sido visto como uma nova aposta para ultrapassar os baixos níveis de desenvolvimento económico em muitos países e assim conseguir-se uma nova dinâmica económica. Como já foi referido nos capítulos anteriores o desenvolvimento sustentável desta atividade implica o envolvimento da comunidade local. Neste sentido, é crucial avaliar as perceções dos residentes face aos impactes do turismo e as suas atitudes para com o desenvolvimento desta atividade. Embora este aspeto se considere relevante, nesta dissertação não se pretende apresentar uma análise pormenorizada de todos os impactes do turismo, mas apenas identificar os impactes do turismo que poderão beneficiar ou prejudicar as comunidades locais e que poderão influenciar as perceções de apropriação dos espaços públicos. A análise destas influências ganha cada vez mais relevância para conseguir-se verificar as reais implicações que a atividade turística proporciona para as regiões de destino, uma vez que a definição de estratégias de desenvolvimento turístico destes destinos deverá ter como base estudos desta natureza. Nesta linha de pensamento é importante analisar os impactes gerados pelo desenvolvimento do turismo, que influenciam a qualidade de vida dos residentes de forma direta (Rodrigues, Vieira, Marques, & Teixeira, 2014).

Ao perceber-se quais os impactes negativos ocorridos, mais fácil será a sua possível resolução. Na medida em que, os impactos negativos advêm geralmente de fendas no planeamento estratégico do turismo, a análise destes impactes pode resultar,

posteriormente, na reformulação do plano estratégico, de modo a que os impactes negativos sejam minimizados (Carneiro & Eusébio, 2015). Outro foco de análise neste capítulo está relacionado com o envolvimento e participação da comunidade local no desenvolvimento do turismo, assim como com as suas perceções e atitudes face ao desenvolvimento da atividade. Esta preocupação vai de encontro aos estudos de diversos autores (Ap & Crompton, 1987, 1993; Allen, Long & Perdue, 1990; Akan & Kuvan, 2005; Tang & Kitnuntaviwat, 2008). Neste contexto, fazem parte do inquérito aplicado aos residentes no âmbito desta dissertação, questões direcionadas para a temática dos impactes, e que se encontram subentendidas em dois grupos, abaixo analisados: impactes positivos e impactes negativos.

Foi feita uma análise fatorial, mais especificamente, uma ACP das **perceções dos impactes positivos do turismo** com rotação *varimax* com o objetivo de identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem bem os itens relativos a estas perceções (Tabela 31). Identificaram-se os seguintes quatro fatores:

- **Desenvolvimento urbano (F1):** Este fator está relacionado com variáveis de investimento e desenvolvimento da cidade, tais como melhoria das infraestruturas urbanas e serviços públicos, preservação e reabilitação de imóveis históricos e melhoria da estética da cidade, investimento na cidade, novas oportunidades de emprego, oferta de maior diversidade de serviços e conservação dos recursos naturais da cidade;
- **Preservação e promoção da cultura (F2):** Este fator está relacionado com variáveis de teor cultural, tais como a preservação e promoção da cultura e tradições locais, aumento da animação e oferta cultural, bem como da diversidade intercultural e do orgulho dos residentes relativamente à cidade;
- **Aumento da ligação ao local de residência e segurança (F3):** Este fator está relacionado com variáveis associadas à qualidade de vida, incluindo a segurança e ligação à área de residência, tais como melhoria da qualidade de vida dos residentes, aumento da segurança e diminuição da criminalidade, bem como o fortalecimento da ligação da comunidade à sua área de residência;
- **Aumento do rendimento dos residentes (F4):** Este fator está relacionado com variáveis de teor económico, tais como aumento do rendimento dos residentes e aumento do poder de compra.

Esta análise afigura-se como tendo boa qualidade, na medida em que o KMO é = 0,830 (sendo  $> 0,7$ ), o valor de  $p$  do teste *Bartlett's* é 0,000 (sendo  $< 0,05$ ), a variância explicada pelo conjunto dos 4 fatores é de 65,54% ( $> 60\%$ ), os *factor loadings* e as comunalidades são maiores que 0,5 e os *Cronbach Alpha* dos fatores são todos maiores que 0,7 (Tabela 30).

**Tabela 30. Análise de componentes principais das percepções dos impactes positivos do turismo**

Fatores	Com.	Factor loading	Eigenvalue	Cumulative variance explained (%)	Cronbach's alpha
<b>F1: Desenvolvimento urbano</b>			<b>5,05</b>	<b>33,66</b>	<b>0,841</b>
Melhoria das infraestruturas urbanas e serviços públicos	0,649	0,769			
Preservação e reabilitação de imóveis históricos e melhoria da estética da cidade	0,730	0,743			
Crescente investimento na cidade	0,620	0,741			
Novas oportunidades de emprego	0,586	0,733			
Maior diversidade da oferta de serviços	0,626	0,694			
Conservação dos recursos naturais da cidade	0,710	0,658			
<b>F2: Preservação e promoção da cultura</b>			<b>2,22</b>	<b>48,47</b>	<b>0,761</b>
Preservação e promoção da cultura e tradições locais	0,737	0,826			
Aumento da animação e da oferta cultural	0,701	0,822			
Promoção da diversidade intercultural	0,509	0,644			
Aumento do orgulho dos residentes quanto à cidade	0,491	0,641			
<b>F3: Aumento da ligação ao local de residência e segurança</b>			<b>1,46</b>	<b>58,24</b>	<b>0,709</b>
Melhoria da qualidade de vida dos residentes	0,735	0,778			
Aumento da segurança e diminuição da criminalidade	0,640	0,684			
Fortalecimento da ligação da comunidade local à sua área de residência	0,611	0,672			
<b>F4: Aumento do rendimento dos residentes</b>			<b>1,09</b>	<b>65,54</b>	<b>0,768</b>
Aumento do rendimento dos residentes	0,765	0,855			
Aumento do poder de compra	0,720	0,806			
N = 217; Com. - Comunalidades	KMO = 0,830		Bartlett's test of sphericity = 1352,772 (p = 0,000)		

Fonte: Elaborada pelo autor.

Relativamente à análise descritiva das percepções dos impactes positivos do turismo, os resultados obtidos estão apresentados na tabela 32. De acordo com a opinião dos residentes observa-se que a maioria dos inquiridos concorda totalmente que o turismo é uma atividade relevante para a economia da comunidade local pois admite que o turismo gera novas oportunidades de emprego (Média=4,04 numa escala de 1 “discordo totalmente” a 6 “não tenho opinião”), atrai novos investimentos (Média=4,05) e permite a diversificação do comércio e da indústria local.

É de destacar a importância que os residentes dão às questões culturais e patrimoniais várias, pois admitem que o turismo potencia a promoção da diversidade cultural (Média=4,17), o aumento da animação e oferta cultural (Média=4,14), preserva a promoção da cultura e tradições locais (Média=4,06) e preserva e reabilita imóveis históricos e melhora a estética da cidade (Média=4,08).

Os resultados apresentados na tabela 31 são corroborados por outros estudos realizados sobre esta temática, mais concretamente sobre os impactes do turismo no que diz respeito à sua contribuição para a economia local (Andereck *et al.*, 2005; Akis, Peristianis & Warner, 1996; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Lindberg & Jonson, 1997; Liu & Var 1986). Contudo, é interessante analisar que poucos residentes admitem que o turismo contribui para o aumento do poder de compra (Média=3,34) e para o aumento do rendimento dos residentes (Média=2,92). Em termos sociais, os residentes consideram que o turismo proporciona uma maior diversidade da oferta de serviços (Média=3,97), melhorias nas infraestruturas urbanas (Média=4,03), aumenta o nível de qualidade de vida da comunidade local (M=3,25) e ainda alarga a oferta de instalações recreativas e de entretenimento. Estes resultados vão ao encontro dos obtidos em outros estudos (Allen, Long & Perdue, 1990; Andereck *et al.*, 2005; Brunt & Courtney, 1999; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Liu & Var, 1986).

No âmbito das percepções dos impactes económicos positivos do turismo existe maior diversidade de opiniões ao nível do contributo do turismo para o aumento do rendimento dos residentes, o que pode ser explicado pelo facto de as pessoas que têm uma profissão relacionada com o turismo conseguirem perceber muito mais benefícios do turismo ao nível do aumento dos rendimentos do que as pessoas que não têm uma profissão relacionada com o turismo.

A comunidade local considera que o turismo tem mais impactes positivos para o destino do que negativos, nomeadamente no que diz respeito à conservação do património construído e à valorização e promoção das tradições da região (Tabela 31). Archer e Cooper (2002) alegam também que alguns dos efeitos positivos do turismo, por exemplo os mais relacionados com o investimento e o desenvolvimento, são justificáveis, na medida em que o desenvolvimento do turismo nas regiões de destino poderá funcionar como um incentivo económico à dinamização de muitas atividades e produtos artesanais locais e regionais. Assim, o turismo contribui para a revitalização de tradições culturais desvalorizadas ou até esquecidas, influenciando a sua valorização, não só pelos turistas, como também pela comunidade local (Brunt & Courtney, 1999).

**Tabela 31. Análise descritiva das percepções dos impactes positivos do turismo**

Variáveis	N	Média	Desvio padrão
<b>F1: Desenvolvimento urbano</b>			
Melhoria das infraestruturas urbanas e serviços públicos	295	4,03	0,903
Preservação e reabilitação de imóveis históricos e melhoria da estética da cidade	290	4,08	0,945
Crescente investimento na cidade	288	4,05	0,864
Novas oportunidades de emprego	289	4,06	0,984
Maior diversidade da oferta de serviços	286	3,97	0,913
Conservação dos recursos naturais da cidade	287	3,79	1,027
<b>F2: Preservação e promoção da cultura</b>			
Preservação e promoção da cultura e tradições locais	298	4,06	0,915
Aumento da animação e da oferta cultural	297	4,14	0,812
Promoção da diversidade intercultural	299	4,17	0,814
Aumento do orgulho dos residentes quanto à cidade	290	4,04	0,976
<b>F3: Aumento da ligação ao local de residência e segurança</b>			
Melhoria da qualidade de vida dos residentes	290	3,25	1,189
Aumento da segurança e diminuição da criminalidade	286	3,23	1,113
Fortalecimento da ligação da comunidade local à sua área de residência	278	3,64	1,044
<b>F4: Aumento do rendimento dos residentes</b>			
Aumento do rendimento dos residentes	266	2,92	1,278
Aumento do poder de compra	272	3,34	1,167
<b>Variáveis não inseridas em nenhum fator</b>			
Melhoria das infraestruturas urbanas	295	4,03	0,903
Diminuição de preconceitos e estereótipos	283	3,58	1,060
Contribuição para o crescimento populacional	291	3,88	1,001
N = 217			

Fonte: Elaborada pelo autor.

Foi feita também uma análise fatorial, mais especificamente, uma ACP das **percepções dos impactes negativos** com rotação *varimax* com o objetivo de identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem bem os itens relativos a estas percepções (Tabela 32). Identificaram-se os seguintes três fatores:

- **Aumento de preços (F1):** Este fator está relacionado com diversos tipos de aumento de preços na cidade, nomeadamente ao nível das atividades culturais e de lazer dos imóveis, dos serviços e do custo de vida;
- **Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho (F2):** Este fator está relacionado com o desaparecimento de aspetos tradicionais, por exemplo devido a alterações na configuração urbana, transformações na configuração dos bairros tradicionais, descaraterização das tradições e cultura locais, redução do comércio tradicional e estabelecimentos históricos, mas está também associado a perturbações no mercado de trabalho como o aumento da concorrência no mercado de trabalho e o aumento da oferta de emprego precário e sazonal;
- **Sobrecarga dos espaços públicos (F3):** Este fator está relacionado com variáveis associadas a perturbações na mobilidade urbana, tais como falta de estacionamento, congestionamento na mobilidade, bem como sobrecarga dos espaços públicos, lazer e comércio.

Esta análise afigura-se com sendo de boa qualidade, na medida em que o KMO é=0,873 (sendo  $> 0,7$ ), o valor de  $p$  do teste Bartlett é 0,000 (sendo  $< 0,05$ ), a variância explicada é de 67,33% ( $> 60\%$ ), os *factor loadings* e as comunalidades são maiores que 0,5 e o Alfa de Cronbach dos fatores são todos maiores que 0,7 (Tabela 32).



**Tabela 32. Análise de componentes principais das percepções dos impactes negativos do turismo**

<b>Fatores</b>	<b>Com.</b>	<b>Factor loading</b>	<b>Eigenvalue</b>	<b>Cumulative variance explained (%)</b>	<b>Cronhach's alpha</b>
<b>F1: Aumento de preços</b>			<b>5,81</b>	<b>44,70</b>	<b>0,898</b>
Aumento de preços de atividades culturais e de lazer	0,609	0,709			
Aumento de preços dos imóveis	0,835	0,889			
Aumento de preços dos serviços	0,839	0,877			
Aumento do custo de vida	0,748	0,829			
<b>F2: Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho</b>			<b>1,64</b>	<b>57,31</b>	<b>0,848</b>
Redução do comércio tradicional e estabelecimentos comerciais históricos	0,617	0,778			
Transformações na configuração e alteração dos bairros tradicionais	0,640	0,705			
Perturbação da vida quotidiana da comunidade residente	0,570	0,695			
Descaracterização das tradições e cultura locais	0,688	0,814			
Aumento da concorrência no mercado de trabalho	0,562	0,605			
Aumento da oferta de trabalho precário e sazonal	0,537	0,568			
<b>F3: Sobrecarga dos espaços públicos</b>			<b>1,30</b>	<b>67,33</b>	<b>0,782</b>
Falta de estacionamento	0,706	0,776			
Congestionamento na mobilidade urbana	0,809	0,875			
Sobrecarga dos espaços públicos, lazer e comércio	0,598	0,710			
N = 254; Com. - Comunalidades	KMO = 0,873		Bartlett's test of sphericity = 1762,976 (p = 0,000)		

Fonte: Elaborada pelo autor.

Uma análise descritiva da percepção dos residentes relativamente aos impactes negativos permite observar (Tabela 33) que o impacte negativo mais citado pelos residentes foi o aumento dos preços dos bens e serviços, sobretudo o aumento de preços dos imóveis (Média=4,28 numa escala de 1 “discordo completamente” a 6 “não tenho opinião”), dos serviços (Média=4,16) e do próprio custo de vida (Média=4,18). Todavia, os residentes também percecionam que o turismo é responsável por uma grande sobrecarga dos espaços públicos, ocasionando, principalmente, falta de estacionamento (Média=4,08) e congestionamento ao nível da mobilidade urbana (Média=3.92).

Observa-se, portanto, que os resultados obtidos neste estudo reforçam as conclusões obtidas em estudos anteriores sobre esta temática e que foram objeto de análise na revisão da literatura (Andereck *et al.*, 2005; Archer & Cooper, 2002; Ko & Stewart, 2002). Por exemplo, a comunidade residente perceciona determinados impactes negativos do turismo na medida em que, por vezes, o turismo vai contra o modo de vida dos residentes e provoca efeitos conflituosos que colocam em causa a sua qualidade de vida (Var, Kendall, & Tarakcioglu, 1985), contribuindo para a sobrelotação dos espaços públicos e o aumento dos preços de determinados bens e serviços (Brunt & Courtney, 1999). No entanto, segundo alguns investigadores (Pizam, 1978; Ross, 2002; Sheldon & Var, 1984) a percepção dos impactes do turismo por parte dos residentes diminui à medida que aumenta a distância entre a sua residência e a zona turística.

**Tabela 33. Análise descritiva das percepções dos impactes negativos do turismo**

Variáveis	N	Média	Desvio padrão
<b>F1: Aumento de preços</b>			
Aumento de preços de atividades culturais e de lazer	291	4,07	0,957
Aumento de preços dos imóveis	292	4,28	0,948
Aumento de preços dos serviços	291	4,16	0,927
Aumento do custo de vida	294	4,18	0,990
<b>F2: Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho</b>			
Redução do comércio tradicional e estabelecimentos comerciais históricos	288	2,92	1,265
Transformações na configuração e alteração dos bairros tradicionais	288	3,48	1,138
Perturbação da vida quotidiana da comunidade residente	292	3,34	1,234
Descaracterização das tradições e cultura locais	289	2,84	1,276
Aumento da concorrência no mercado de trabalho	289	3,63	1,183
Aumento da oferta de trabalho precário e sazonal	292	3,88	1,105
<b>F3: Sobrecarga dos espaços públicos</b>			
Falta de estacionamento	290	4,08	1,029
Congestionamento na mobilidade urbana	293	3,92	0,981
Sobrecarga dos espaços públicos, lazer e comércio	293	3,52	1,065
<b>Variáveis não inseridas em nenhum fator</b>			
Sobrecarga dos serviços públicos	293	3,52	1,065
Aumento da insegurança e criminalidade	289	2,85	1,262
N = 254			

Fonte: Elaborada pelo autor.

Outro fator que pode influenciar as percepções dos residentes face à apropriação do espaço pelos turistas é o nível de interação entre os residentes e os turistas, na medida em que se reconhece que a comunidade residente desempenha um importante papel enquanto recetora e facilitadora da atividade turística (Bramwell & Sharman, 2000; Ko, 2005; Simpson, 2001; Telfer & Sharpley, 2008), pelo que uma adequada interação entre esta comunidade e os turistas constitui um fator essencial para o sucesso da experiência relacional dos turistas.

Foi feita uma análise fatorial, mais especificamente, uma ACP da interação entre os residentes e os turistas com rotação *varimax* com o objetivo de identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem bem os itens relativos a esta interação (Tabela 34). Identificou-se unicamente o fator **Interação fora do local de trabalho (F1)**, tendo sido excluída da análise fatorial a variável interação no local de trabalho por ter uma comunalidade baixa. O fator está relacionado com variáveis que caracterizam a interação entre residentes e turistas em diversos locais, que não o local de trabalho, tais como nas atrações turísticas e espaços de lazer, em estabelecimentos de restauração e comerciais, em eventos e na rua.

Esta análise afigura-se com tendo boa qualidade, na medida em que o KMO é = 0,873 (sendo > 0,7), o valor de *p* do teste de Bartlett é 0,000 (sendo < 0,05), a variância explicada é de 69,9% (> 60%), as comunalidades são maiores que 0,5 e o Alfa de Cronbach do fator identificado é maior que 0,7.

**Tabela 34. Análise de componentes principais da interação dos residentes com os turistas**

Fator	Com.	Factor loading*	Eigenvalue	Cumulative variance explained (%)	Cronbach's alpha
<b>F: Interação fora o local de trabalho</b>			<b>3,49</b>	<b>69,93</b>	<b>0,889</b>
Nas atrações turísticas / espaços de lazer	0,738				
Em estabelecimentos de restauração	0,799				
Em estabelecimentos comerciais	0,773				
Em eventos (ex., religiosos, culturais, desportivos)	0,574				
Na rua	0,613				
N = 281; Com.- Comunalidades	KMO = 0,873		Bartlett's test of sphericity = 583,329,976 (p = 0,000)		

\*Só um componente foi extraído, a solução não pode ser rodada.  
Fonte: Elaborada pelo autor.

Em termos de locais de contacto com os turistas e de frequência de contacto (Tabela 35), observa-se que a maior frequência de contacto é estabelecida na rua (Média=4,11), que na maior parte das vezes ocorre quando o visitante solicita informação ao residente. Este

resultado é corroborado por outros autores, que igualmente destacaram a rua enquanto espaço público, como foco para a interação entre residente e visitante (Andereck *et al.*, 2005; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Kim, 2002). Outro dos locais onde ocorre interação diz respeito aos locais de lazer e atrações turísticas (Média=3,81). Este resultado poderá, possivelmente, ser justificado pelo próprio aspeto físico destes espaços turísticos, que poderão corresponder a uma mistura de dois espaços distintos, mas unificados entre si, na medida em que, estes espaços, para além de turísticos, são urbanos. Ou seja, para além dos elementos físicos destinados à atividade turística, o espaço turístico é munido de um sistema de serviços urbanos de apoio à população residente (Boullón, 1991; Ignarra, 1999). Assim, estes espaços são focos de inclusão de espaços dedicados ao lazer e atrações, particularmente destinados aos turistas, em espaços de vivência e de produção destinados ao atendimento da população.

Nesta linha de pensamento, destaca-se também a interação em estabelecimentos comerciais (Média=3,85) e em estabelecimentos de restauração (Média=3,83), que são, obviamente, espaços de transação comercial e socialização, respetivamente, para ambos os intervenientes. Por último, observa-se alguma interação dos residentes com os turistas no local de trabalho, embora menos intensa do que os tipos de interação anteriormente referidos (Média=3,14). Esta interação será obviamente mais frequente no caso dos inquiridos que se dedicam à atividade turística.

**Tabela 35. Análise descritiva da interação dos residentes com os turistas**

Variáveis	N	Média	Desvio padrão
<b>F: Interação fora o local de trabalho</b>			
Nas atrações turísticas / espaços de lazer	300	3,81	1,108
Em estabelecimentos de restauração	299	3,83	1,137
Em estabelecimentos comerciais	298	3,85	1,060
Em eventos (ex., religiosos, culturais, desportivos)	293	3,53	1,251
Na rua	299	4,11	1,044
<b>Variável não inserida em nenhum fator</b>			
No local de trabalho	288	3,14	1,529
N = 281			

Fonte: Elaborada pelo autor.

### 6.3.2. Relação entre vários fatores e a percepção da apropriação dos espaços públicos

#### 6.3.2.1. Associação entre variáveis sociodemográficas e a apropriação dos espaços públicos

Nesta secção analisa-se a possível **associação entre as variáveis sociodemográficas e as percepções da apropriação dos espaços públicos** (Tabela 36). Esta análise torna-se pertinente, na medida em que, como já foi referido, algumas características sociodemográficas dos residentes constituem um dos fatores que têm mostrado influenciar a percepção dos residentes face ao turismo e os seus impactes (Gursoy & Rutherford, 2004; Teye et al., 2002; Williams & Lawson, 2001). Na tabela 38 apresentam-se algumas análises da associação entre variáveis que foram feitas utilizando testes de t, ANOVA e testes de Kruskal-Wallis (sendo este último teste utilizado quando os pressupostos da ANOVA não se cumpriam).

Ao analisar a tabela 36, torna-se evidente que existe associação entre a primeira variável - ligação ao bairro - e três fatores das percepções da apropriação do espaço - F1, F2 e F4. Através dos dados é ainda possível observar que os que mudaram para Aveiro por questões de estudo se apercebem menos, tanto da apropriação do espaço em termos negativos como em termos positivos. De facto, são estes que menos concordam que os turistas provocam a degradação do espaço e causam dificuldades de acesso ao espaço (F1), contribuem para a diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), mas são também aqueles que menos consideram que os turistas têm respeito e promovem a valorização da cultura e do património cultural (F4).

Nesta perspetiva, pode-se considerar que estes resultados se devem parcialmente ao facto de os residentes com maior **ligação ao bairro** - *place attachment* -, que são provavelmente os que nasceram e cresceram na cidade e os que mudaram para lá por razões de trabalho ou pessoais, serem aqueles que provavelmente mais mostram interesse pela sua própria cultura, tradições, costumes e património, o que origina maiores percepções da apropriação do espaço. Este aspeto corrobora os resultados de outros estudos que também mostram uma maior percepção de impactes do turismo por parte dos que possuem maior *place attachment* (Bettencourt, 2010; Chang, Milne, Fallon, & Pohlmann, 1996; Henriques, 2003; Hernández, 2003; Law, 2002; Sanho, 2001; Xiao, 2007).

Por sua vez, a segunda variável, o **género**, possui associação com um fator da apropriação dos espaços públicos (F4). Através deste resultado é possível observar que os homens são o género que menos perceciona uma apropriação positiva dos espaços públicos, sendo este grupo quem menos concorda que os turistas têm respeito e promovem a valorização da cultura e do património cultural (F4).

Esta perceção poderá ocorrer por os homens estarem eventualmente mais focados nos benefícios económicos do que nos benefícios socioculturais do turismo, ao contrário das mulheres, que reconhecem os benefícios positivos do turismo para além dos benefícios económicos (Harril & Potts, 2003; Mason & Cheyne, 2000; Ritzdorf, 1995).

A terceira variável, o **estado civil**, possui uma associação com três fatores das perceções da apropriação do espaço - F1, F2 e F4. De facto, do total da amostra (301), os casados e os que estão em união de facto são os que concordam mais que os turistas contribuem para a diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), assim como que os turistas têm respeito e promovem a valorização da cultura e do património cultural (F4). Em contraste, os que estão noutra situação – solteiro(a), viúvo(a) ou divorciado(a) –, são os que concordam mais que os turistas provocaram a degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1). É natural que o contexto familiar do residente influencie diretamente a sua perceção face à apropriação dos espaços públicos.

A quarta variável, o **grau de escolaridade**, possui uma associação com um fator da apropriação dos espaços públicos (F4). É possível analisar que os indivíduos com o ensino superior são os que mais percecionam uma apropriação positiva dos espaços públicos. Este grupo é quem mais concorda que os turistas têm respeito e promovem a valorização da cultura e do património cultural (F4). Este tipo de perceção poderá ter ocorrido por os indivíduos com grau de escolaridade superior serem mais atentos a este tipo de impactes e mais informados e deterem mais conhecimento sobre a atividade turística (Andereck *et al.*, 2005).

A quinta e sexta variáveis, respetivamente, a **situação profissional** e o facto de ter uma **atividade profissional relacionada com o setor do turismo**, têm uma associação com três fatores das perceções da apropriação do espaço - (F1), (F2) e (F4). De facto, do total da amostra (301), os que se encontram numa situação profissional ativa, ou seja, a trabalhar, bem como os que desenvolvem atividades profissionais relacionadas com o setor do turismo, são aqueles que se apercebem mais da apropriação do espaço, tanto em termos negativos

como em termos positivos. Efetivamente, os que estão empregados, assim como aqueles que desempenham atividades profissionais relacionadas com o setor do turismo, são os que mais concordam que os turistas provocam a degradação do espaço e dificuldades de acesso ao espaço (F1), diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), mas são também aqueles que mais concordam que os turistas têm respeito e promovem a valorização da cultura e do património cultural (F4). Estes resultados poderão ocorrer por os residentes que trabalham no setor do turismo terem, eventualmente, uma perceção mais “realista” e informada dos impactes da atividade, e por terem um elevado envolvimento e grau de dependência económica face à indústria turística, o que os poderá levar a valorizarem mais estes impactes (Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Gursoy & Rutherford, 2004; Haralambopoulos & Pizam, 1996).



**Tabela 36. Associação entre variáveis sociodemográficas e as percepções de apropriação do espaço (Anova, Kruskal-Wallis e Test de t)**

	F1 Apropriação				F2 Apropriação				F3 Apropriação				F4 Apropriação				F5 Apropriação			
	N	Média	Teste	p	N	Média	Teste	p	N	Média	Teste	p	N	Média	Teste	p	N	Média	Teste	p
<b>Ligação ao bairro</b>																				
Nasci e fui criado/a cá	87	2,9 <sup>a,b</sup>	ANOVA	0,002	87	2,5	K-W.	0,005	85	3,6 <sup>a</sup>	ANOVA	0,315	87	3,9 <sup>a,b</sup>	ANOVA	0,001	87	3,6 <sup>a</sup>	ANOVA	0,122
Mudei por questões de estudo	90	2,8 <sup>a</sup>			90	2,3			89	3,4 <sup>a</sup>			90	3,6 <sup>a</sup>			91	3,6 <sup>a</sup>		
Mudei por questões de trabalho	51	3,3 <sup>b</sup>			51	3,0			49	3,6 <sup>a</sup>			51	4,0 <sup>b</sup>			51	3,6 <sup>a</sup>		
Mudei por questões pessoais	71	3,3 <sup>b</sup>			70	3,0			70	3,6 <sup>a</sup>			71	4,0 <sup>b</sup>			71	3,3 <sup>a</sup>		
<b>Sexo</b>																				
Feminino	176	3,0	t	0,451	173	2,6	t	0,430	173	3,6	t	0,563	176	4,0	t	0,009	177	3,6	t	0,115
Masculino	123	3,1			120	2,5			120	3,5			123	3,7			123	3,4		
<b>Estado civil</b>																				
Casado/união de facto	112	2,9	t	0,003	109	2,8	t	0,020	108	3,6	t	0,189	112	4,1	t	0,000	112	3,4	t	0,110
Outra situação	187	3,2			184	2,5			185	3,5			187	3,7			188	3,6		
<b>Grau de escolaridade</b>																				
Inferior ao ensino superior	176	3,1	t	0,232	172	2,7	t	0,239	173	3,5	t	0,507	176	3,8	t	0,047	176	3,5	t	0,127
Ensino superior	123	3,0			121	2,5			120	3,6			123	4,0			124	3,6		
<b>Situação profissional</b>																				
Trabalhador	180	3,2	t	0,000	175	2,8	t	0,002	174	3,6	t	0,112	180	4,0	t	0,000	180	3,5	t	0,641
Outra situação	115	2,7			114	2,4			115	3,4			115	3,6			116	3,5		
<b>Atividade profissional: setor do turismo</b>																				
Não	191	2,9	t	0,017	185	2,5	t	0,009	185	3,5	t	0,516	191	3,7	t	0,000	192	3,5	t	0,934
Sim	108	3,2			108	2,8			108	3,6			108	4,1			108	3,5		

Fonte: Elaborada pelo autor.

Para verificar se existia associação entre as percepções de apropriação do espaço e duas outras variáveis sociodemográficas – a **idade** e a **dimensão do agregado familiar** – realizaram-se correlações (Tabela 37). Foram feitas correlações de Spearman, uma vez que nunca se cumpriram os pressupostos necessários para fazer uma correlação de Pearson. Ao analisar os dados expostos na tabela 43 são perceptíveis dois conjuntos de resultados. O primeiro revela que quanto mais idade têm os residentes mais reconhecem o (F1), o (F4) e o (F5) da apropriação. Com estes dados pode-se concluir que a idade prevalece como um fator predominante para perceber a degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), assim como o respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (F4) e a valorização da cultura e do património local (F5). Esta evidência, possivelmente, ocorre pelo facto de que os residentes mais velhos têm a clara noção da importância do planeamento do turismo centrado na sustentabilidade (Domingues & Cabral, 2002; Hall, 2002) e na preservação e divulgação da cultura e património local como formas de transição a gerações futuras (Bettencourt, 2010; Chang, Milne, Fallon, & Pohlmann, 1996; Henriques, 2003; Hernández, 2003; Law, 2002; Xiao, 2007).

O segundo conjunto de resultados mostra que quanto maior for o agregado familiar mais facilmente os inquiridos reconhecem o (F1) da apropriação. Com estes dados pode-se concluir que as famílias com maiores agregados familiares percebem mais a degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos. Isto pode acontecer porque quanto maior for o número de elementos do agregado familiar, mais difícil pode ser, eventualmente, o acesso a espaços públicos, possivelmente devido à sobrelotação ou congestionamento dos espaços públicos. Isto é, nestes casos, mais difícil será conseguir acesso a espaços públicos para o usufruto da família, ao contrário, por exemplo, do que acontece com famílias onde o agregado familiar possa ser reduzido. Neste último caso, a dificuldade em ter-se acesso, possivelmente, é facilmente contornada. Estes resultados, associados às características sociodemográficas dos residentes, são também corroborados por outros autores (Gursoy & Rutherford, 2004; Teye *et al.*, 2002; Williams & Lawson, 2001).

**Tabela 37. Associação entre as percepções de apropriação do espaço e duas variáveis sociodemográficas - idade e dimensão do agregado familiar - correlação de Spearman**

		Aprot_F1	Aprot_F2	Aprot_F3	Aprot_F4	Aprot_F5
Idade	Correlation Coefficient	,115*	,102	,023	,317**	-,120*
	Sig. (2-tailed)	,048	,080	,700	,000	,039
	N	299	293	293	299	300
Dimensão do agregado familiar	Correlation Coefficient	,131*	,083	,038	-,088	,029
	Sig. (2-tailed)	,023	,156	,513	,131	,618
	N	299	293	293	299	300

\*\*Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

\*Correlation is significant at the 0.005 level (2-tailed).

Fonte: Elaborada pelo autor.

### 2.3.3.2. Associação entre a ligação com a cidade e a apropriação dos espaços públicos

Ao analisar os dados expostos na tabela 38 é perceptível que a **ligação com a cidade**, representada pela variável “há quanto tempo vive na cidade”, está relacionada com os fatores (F3) e (F4) da apropriação dos espaços públicos. Com estes dados pode-se concluir que o tempo de residência constitui um fator que contribui para uma maior percepção do congestionamento (F3), assim como do respeito e valorização da cultura e património local (F4). Ou seja, os residentes que vivem há mais tempo na cidade percebem mais facilmente uma apropriação negativa dos espaços públicos no que respeita ao congestionamento urbano. Esta evidência é corroborada por diversos autores (Cooper *et al.*, 2007; Mathieson & Wall, 1982; Sancho, 2001).

Por outro lado, os residentes anteriormente referidos também são os que mais percebem uma apropriação positiva dos espaços públicos no que concerne ao respeito e valorização da cultura e património local. Estes resultados vão ao encontro dos contributos de diversos autores, que destacam que as pessoas que vivem há mais tempo num determinado território tendem a ter maior interesse pela sua própria cultura, tradições, costumes, património e rejuvenescimento das artes e dos ofícios tradicionais (Bettencourt, 2010; Chang, Milne, Fallon, & Pohlmann, 1996; Henriques, 2003; Hernández, 2003; Law, 2002; Sancho, 2001; Xiao, 2007).

**Tabela 38. Associação entre a ligação com a cidade e a apropriação dos espaços públicos - correlação de Spearman**

		Aprot_F1	Aprot_F2	Aprot_F3	Aprot_F4	Aprot_F5
Há quanto tempo vive na cidade	Correlation Coefficient	,057	,025	,128*	,220**	-,094
	Sig. (2-tailed)	,324	,671	,029	,000	,102
	N	299	293	293	299	300

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Fonte: Elaborada pelo autor.

Testou-se a existência de associação entre o bairro em que as pessoas viviam (grupo de bairros 1, 2 ou 3) e a percepção dos residentes relativamente à apropriação do espaço através de ANOVA. Contudo, não foi detetada nenhuma associação.

#### 6.3.2.3. Associação da percepção de impactes e da interação com turistas com a apropriação dos espaços públicos

Para analisar se existia associação da percepção de impactes e da interação com turistas com a apropriação dos espaços públicos utilizaram-se correlações. Também aqui se utilizaram correlações de Spearman pois não se cumpriam os pressupostos da correlação de Pearson. Em primeiro lugar, observa-se que a percepção dos impactes positivos e negativos do turismo está relacionada com a percepção de vários tipos de apropriação do espaço (Tabela 39). No que se refere à **percepção dos impactes positivos do turismo**, verifica-se, por exemplo, que quem mais concordou que o turismo promovia o desenvolvimento urbano (F1\_ImpPos) foi também quem mais concordou que havia uma apropriação negativa do espaço ao nível da degradação do espaço (F1), uma diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2), um aumento do congestionamento (F3), mas também que havia uma maior apropriação positiva do espaço ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4).

Observa-se também que quem concordou mais que o turismo promovia a preservação e promoção da cultura (F2\_ImpPos) foi quem mais concordou que havia uma apropriação positiva do espaço ao nível do respeito e valorização da cultura e património cultural local (F4). Observa-se ainda que quem concordou que o turismo promovia uma maior ligação dos residentes ao local de residência (F3\_ImpPos) foi quem mais concordou que havia uma apropriação positiva do espaço ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços

públicos (F5). Porém, estas pessoas também concordaram mais que havia uma apropriação negativa do espaço ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1) e da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), embora a intensidade da associação tenha sido mais fraca neste último caso.

Observa-se também que quem mais concordou que o turismo contribuía para o aumento de rendimento dos residentes (F4\_ImpPos) foi quem mais concordou que havia uma apropriação positiva do espaço ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (F5). Contudo, estas pessoas também concordavam mais que havia uma apropriação negativa do espaço ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), bem como do congestionamento (F3).

No que concerne à perceção de impactes negativos do turismo, observa-se que quem mais concordou que o turismo promovia o aumento dos preços (F1\_ImpNeg), bem como o desaparecimento dos aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho (F2\_ImpNeg), concordou mais que havia uma apropriação negativa do espaço ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2) e do congestionamento (F3). Apesar de também terem sido estes inquiridos aqueles que mais concordavam que havia uma apropriação positiva do espaço ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), estes inquiridos eram os que menos concordavam que os turistas respeitam as normas e regras dos espaços públicos (F5).

Conclui-se ainda que quem concordou que o turismo mais promovia a sobrecarga dos espaços públicos (F3\_ImpNeg) concordou mais que havia uma apropriação negativa dos espaços, principalmente ao nível do congestionamento (F3), mas também ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1) e da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2). Embora estes inquiridos sejam também os que mais concordam que há uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), esta é a correlação com intensidade mais baixa, das quatro aqui referidas.

O facto de que quanto maior é a perceção de impactes negativos do turismo, maior tende a ser a perceção da apropriação negativa dos espaços públicos pelos turistas, é bem visível no presente estudo. Apesar de ter sido detetado, por vezes, que os que tinham uma

maior percepção de impactes positivos do turismo também tendiam mais a ter algumas percepções de apropriações negativas dos espaços, a associação da percepção de apropriações negativas tende a ser quase sempre mais intensa com a percepção dos impactes negativos do que com a percepção dos impactes positivos. A associação da percepção da apropriação positiva do espaço correspondente à percepção de respeito e valorização da cultura e património cultural (F4) é peculiar pois está positivamente associada à percepção de alguns tipos de impactes positivos e a todos os impactes negativos, o que parece significar que os residentes que tendem a perceber com mais intensidade os impactes do turismo, tanto positivos como negativos, tendem a reconhecer mais que a atividade turística contribuiu para a valorização da cultura e do património cultural.

No caso da percepção da apropriação positiva do espaço no que concerne ao respeito pelas regras do espaço (F5), é visível que esta parece ocorrer mais quando os residentes possuem percepções uma maior percepção dos impactes positivos do turismo e uma menor percepção dos impactes negativos.

No que respeita à interação de residentes com turistas, os residentes parecem perceber mais a apropriação dos espaços públicos, tanto negativa como positiva, quanto mais interagem com os turistas. No entanto, a interação no local de trabalho parece levar a uma menor percepção da apropriação negativa do que a interação fora do local de trabalho, uma vez que a primeira apresenta correlações mais baixas com a apropriação negativa do que a segunda. Isto pode acontecer pois algumas pessoas que trabalham e contactam mais com turistas no seu local de trabalho podem, por um lado, tornar-se mais dependentes da atividade turística e, por outro lado, ter oportunidade de conhecer melhor os turistas, tornando-se, por estes dois motivos, mais recetivas à forma de apropriação do espaço pelos turistas, mesmo quando esta é um pouco mais negativa.

No que respeita à interação com turistas, calcularam-se correlações entre as percepções de apropriação dos espaços e duas variáveis da interação – a interação dos residentes com turistas fora do local de trabalho (fator resultante da análise fatorial relativa à interação) e a interação dos residentes com turistas no local de trabalho (variável original integrada no questionário). Verifica-se que quem interagia com os turistas com mais frequência em locais que não o local de trabalho (F1\_Int\_s\_trab) concordou mais que havia uma apropriação negativa dos espaços ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2) e do

congestionamento (F3). Contudo, estes inquiridos também concordaram mais que existia uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4). Por outro lado, observa-se que quem mais interagia com os turistas com mais frequência no local de trabalho (Local\_trab) concordava mais que havia uma apropriação positiva do espaço ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), embora concordasse também mais que havia uma apropriação negativa do espaço ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2).

Diante do exposto, pode-se concluir que, possivelmente, existe uma associação das perceções de apropriação do espaço com o tipo de impactes do turismo percebidos pelos residentes. Podemos acreditar na possibilidade da existência de uma relação entre a perceção dos impactes e a atitude do residente para com o visitante, na medida em que o residente, ao perceber positivamente a atividade turística e os seus impactes, estará provavelmente mais recetivo e perceberá possivelmente mais positivamente a presença e o tipo de apropriação que o visitante possa fazer dos espaços públicos. Se, porventura, o residente perceber negativamente o turismo e os seus impactes, ficará possivelmente mais predisposto a perceber, também negativamente, a presença do visitante e as apropriações dos espaços públicos por parte destes. Esta predisposição do residente para aceitar o turista está, portanto, dependente da perceção que este detém do meio social e dos outros e, quando relacionada com afetos positivos ou negativos, predispõe favorável ou desfavoravelmente para o tipo de relação com as pessoas, situações ou objetos (King, 1982).

**Tabela 39. Associação da percepção de impactes e da interação com turistas com a apropriação dos espaços públicos - correlação de Spearman**

		F1_Aprot	F2_Aprot	F3_Aprot	F4_Aprot	F5_Aprot
F1_ImpPos	Correlation	,202**	,173**	,136*	,448**	,031
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,020	,000	,598
	N	293	292	292	293	294
F2_ImpPos	Correlation	,072	,010	,108	,185**	,062
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,211	,861	,066	,001	,282
	N	299	293	293	299	300
F3_ImpPos	Correlation	,154**	,159**	,028	,055	,169**
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,008	,007	,638	,348	,003
	N	296	291	290	296	297
F4_ImpPos	Correlation	,151*	,234**	,148*	-,066	,146*
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,013	,271	,015
	N	280	280	280	280	280
F1_ImpNeg	Correlation	,376**	,220**	,272**	,295**	-,143*
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,014
	N	297	292	291	297	298
F2_ImpNeg	Correlation	,514**	,501**	,299**	,271**	-,181**
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002
	N	297	292	291	297	298
F3_ImpNeg	Correlation	,306**	,184**	,333**	,179**	-,073
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,002	,210
	N	294	289	289	294	295
F1_Int_s_trab	Correlation	,201**	,223**	,121*	,312**	-,088
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,039	,000	,127
	N	299	293	293	299	300
Local_trab	Correlation	,137*	,178**	,077	,174**	,010
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	,020	,003	,197	,003	,868
	N	286	280	280	286	287

\*\*Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

\*Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

Fonte: Elaborada pelo autor.



### 6.3.3. A influência de diversos fatores na percepção da apropriação dos espaços públicos

O objetivo desta secção foi tentar perceber que tipo de variáveis influenciavam as percepções que os residentes tinham da apropriação que os turistas faziam dos espaços. Então foram feitas cinco regressões lineares cujas variáveis dependentes correspondiam aos cinco fatores de apropriação do espaço identificados anteriormente na análise fatorial da apropriação. Os fatores que podem influenciar estas percepções de apropriação dos espaços constituem as variáveis independentes das regressões e estão apresentados na Equação 1.

$$(Eq. 1) \quad PRAEP_{ij} = \alpha + \beta_1 IN1_i + \beta_2 IN2_i + \beta_3 IN3_i + \beta_4 IP1_i + \beta_5 IP2_i + \beta_6 IP3_i + \beta_7 IP4_i + \beta_8 IFLT_i + \beta_9 ILT_i + \beta_{10} TVC_i + \beta_{11} GB2_i + \beta_{12} GB3_i + \beta_{13} I_i + \beta_{14} G_i + \beta_{15} EC_i + \beta_{16} SP_i + \beta_{17} TST_i + \beta_{18} DAF_i + \beta_{19} RAF_i + \varepsilon_i$$

Nota:

Variável dependente

$i = 1 \dots n$  – Número de residentes

$j = 1 \dots 5$  – PRAEP - Dimensões/fatores da percepção dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas (1 = Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços, 2 = Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos, 3 = Congestionamento, 4 = Respeito e valorização da cultura e património locais, 5 = Respeito pelas normas e regras dos espaços públicos)

Variáveis independentes (Fatores que podem influenciar percepções de apropriação dos espaços públicos)

Percepções dos residentes relativamente aos impactes negativos

IN1 - Impacte Negativo – F1 (média das variáveis relativas ao aumento dos preços);

IN2 - Impacte Negativo – F2 (média das variáveis relativas ao desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho);

IN3 - Impacte Negativo – F3 (média das variáveis relativas à sobrecarga dos espaços públicos).

Percepções dos residentes relativamente aos impactes positivos

IP1 - Impacte Positivo – F1 (média das variáveis relativas ao desenvolvimento urbano);

IP2 - Impacte Positivo – F2 (média das variáveis relativas à preservação e promoção da cultura);

IP3 - Impacte Positivo – F3 (média das variáveis relativas ao aumento da ligação ao local de residência e segurança);

IP4 - Impacte Positivo – F4 (média das variáveis relativas ao aumento do rendimento dos residentes).

Interação dos residentes com os turistas

IFLT - Interação fora do local de trabalho – (média das variáveis relativas à interação em locais que não o local de trabalho);

ILT - Interação no local de trabalho.

Ligação à cidade e ao bairro

TVC - Há quanto tempo vive na cidade (em anos)

Bairro de residência:

GB2 - Grupo de bairros 2 (1 – vive num destes bairros; 0 – não vive em nenhum destes bairros);

GB3 - Grupo de bairros 3 – (1 – vive num destes bairros; 0 – não vive em nenhum destes bairros).

LB - Ligação ao bairro (1 – nasceu e foi criado no bairro; 0 – veio viver para o bairro por outro motivo).

Características sociodemográficas

I - Idade

G – Género (1 – masculino; 0 - feminino);

EC – Estado civil (1 – casado(a); 0 – outro);

SP – Situação profissional (1 – empregado(a); 0 – outro);

TST – Trabalhador no setor do turismo (1 – Sim; 0 – Não);

DAF - Dimensão do agregado familiar – Número de pessoas do agregado familiar;

RAF – Rendimento do agregado familiar (1 – ao nível ou acima da média nacional; 0 – abaixo da média nacional).

Para todas as regressões testaram-se os pressupostos e as análises cumpriram os pressupostos esperados.

Ao analisar a tabela 40, é evidente a existência de uma influência positiva de dois aspetos - percepção do impacte negativo desaparecimento dos aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho (F2) e o aumento do rendimento dos residentes (F4) - na percepção da apropriação dos espaços públicos ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1). Isto significa que, quanto mais os residentes percecionam que o turismo contribuiu para o desaparecimento dos aspetos tradicionais, para perturbações no mercado de trabalho e para o aumento do rendimento dos residentes, por criar oportunidades de maiores salários, mais os residentes tendem a considerar que o turismo gerou degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos. O fator do impacte negativo tem uma maior influência do que o impacte positivo. Estes resultados, possivelmente, são uma consequência da sobrelotação do espaço urbano (Brunt & Courtney, 1999).

**Tabela 40. Influência de vários fatores no Fator 1 da apropriação do espaço - Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Impacte Negativo - F2	0,585	0,055	0,548	10,729	0,000	1,000	1,000
Impacte Positivo - F4	0,135	0,045	0,153	2,995	0,003	1,000	1,000
(Constant)	0,677	0,238		2,803	0,005		

N=264; R=0,566; R<sup>2</sup>=0,320; F=61,519 (p=0.000)

Impacte negativo (F2) - Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho.

Impacte positivo (F4) - Aumento dos rendimentos dos residentes.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar a tabela 41 é evidente a existência de uma influência positiva de dois fatores – a percepção do impacte negativo desaparecimento dos aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho (F2) e o impacte positivo aumento do rendimento dos residentes (F4) – na apropriação dos espaços públicos no que respeita à diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2). Porém, existe uma influência negativa do impacte positivo preservação e promoção da cultura (F2) na apropriação dos espaços públicos ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2). O fator do impacte negativo tem uma maior influência do que os impactes positivos.

Perante o exposto, pode concluir-se que quanto mais os residentes inquiridos percecionam que o turismo contribui para o desaparecimento dos aspetos tradicionais, perturbações no mercado de trabalho e aumento dos residentes, e menos percecionam que o turismo contribui para a preservação e promoção da cultura, mais os residentes percecionam que existe uma apropriação negativa ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2).

Estes resultados, possivelmente, são uma consequência da percepção dos residentes do custo-benefício do turismo sendo, neste caso em concreto, alguns dos benefícios, a valorização da cultura, a criação de uma identidade étnica e o aumento do rendimento dos residentes, sendo o lado negativo deste custo-benefício, por exemplo, o medo de crime e maior insegurança (Smith, 1989), as perturbações no mercado de trabalho e a descaraterização dos espaços.

**Tabela 41. Influência de vários fatores no Fator 2 da apropriação do espaço - Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Impacte Negativo - F2	0,564	0,060	0,496	9,461	0,000	0,909	1,100
Impacte Positivo - F4	0,271	0,048	0,288	5,661	0,000	0,961	1,041
Impacte Positivo - F2	-0,229	0,079	-0,148	-0,289	0,004	0,948	1,056
(Constant)	0,617	0,371		1,663	0,098		

N=264; R=0,595; R<sup>2</sup>=0,354; F=35,452 (p=0.000)

Impacte negativo (F2) - Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho.

Impacte positivo (F4) - Aumento do rendimento dos residentes.

Impacte positivo (F2) - Preservação e promoção da cultura.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisarmos a tabela 42, é evidente a existência de uma influência positiva da percepção do impacte negativo sobrecarga dos espaços públicos (F3), do impacte positivo aumento do rendimento dos residentes (F4) e do impacte negativo desaparecimento dos aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho (F2) na apropriação dos espaços públicos relativa ao congestionamento (F3). O fator do impacte negativo (F3) tem uma maior influência do que o impacte negativo (F2) e do que o impacte positivo.

Nesta perspetiva, pode concluir-se que a percepção que os residentes têm de uma apropriação negativa dos espaços públicos ao nível do congestionamento (F3), é sobretudo resultado da percepção de vários impactes do turismo, tais como a sobrecarga dos espaços públicos, percepção do aumento do rendimento dos residentes, o desaparecimento dos aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho.

Estes resultados, possivelmente, são uma consequência de, apesar dos residentes concordarem que o turismo é uma opção de desenvolvimento económico (Hall & Hubbard, 1998), de fácil promoção e de pouco investimento público (Colomb 2011; Greenberg 2008), também considerarem que esta atividade causa impactes ao nível da sobrelotação do espaço urbano e do aumento dos preços (Brunt & Courtney, 1999). Por outro, os resultados sugerem também que o turismo coloca, por vezes, em causa, a qualidade de vida dos residentes no que respeita ao congestionamento, possivelmente porque não existe um planeamento adequado para a localização apropriada de atividades turísticas (Hester, 1993), o que, eventualmente, resulta em tensões socioespaciais.

**Tabela 42. Influência de vários fatores no Fator 3 da apropriação do espaço - Congestionamento**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Impacte Negativo - F3	0,247	0,068	0,242	3,614	0,000	0,699	1,430
Impacte Positivo - F4	0,152	0,044	0,194	3,459	0,001	0,096	1,004
Impacte Negativo - F2	0,196	0,063	0,207	3,096	0,002	0,702	1,425
(Constant)	1,466	0,283		5,184	0,000		

N=264; R=0,432; R<sup>2</sup>=0,186; F=19,851 (p=0,000)

Impacte negativo (F3) - Sobrecarga dos espaços públicos.

Impacte positivo (F4) - Aumento do rendimento dos residentes.

Impacte negativo (F2) - Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar a tabela 43, é evidente a existência de uma influência positiva da perceção do impacte positivo desenvolvimento urbano (F1), do facto de as pessoas estarem casadas e da interação fora do local de trabalho (F1) na perceção de apropriação do espaço no que se refere ao respeito e valorização da cultura e património locais. Contudo, existe uma influência negativa do género masculino e da dimensão do agregado familiar na apropriação dos espaços públicos, na perceção de apropriação do espaço acima referida. O fator do impacte positivo (F1) tem uma maior influência do que o estado civil, sexo, agregado familiar e interação fora do local de trabalho (F1).

Pode concluir-se que os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva dos espaços públicos ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), tendem a ser os que percecionam mais que o turismo contribui para o desenvolvimento urbano, os que são casados, aqueles que interagem mais com os turistas noutros locais que não o local de trabalho (F1), que são do sexo masculino e aqueles com agregados familiares mais numerosos.

Estes resultados, possivelmente, são um efeito da perceção bilateral dos residentes sobre o uso da cultura. Se, por um lado, percecionam o uso da cultura como forma de estratégia económica de desenvolvimento urbano (Silva & Santos, 2010), com vista a atrair investimento e empresas (Bianchini & Parkinson 1993; Evans, 2001; Miles, 2007; Zukin 1995). Por outro, percecionam que o uso do capital cultural nem sempre é respeitado, chegando mesmo a ser modificado ou perdido (Novy & Colomb, 2016). Esta evidência, junto dos residentes, possivelmente, potencia o tipo de interação entre estes e os turistas. Aqui torna-se essencial o uso de estratégias que promovam a minimização dos riscos de uma interação negativa (Avecikut & Soyballi, 2002; Goeldner, Ritchie, Brent & McIntosh, 2008; Eraqi, 2007; Raymond & Brown, 2007).

A importância de uma adequada interação é uma evidência já corroborada, na medida em que os residentes são vistos como importantes *stakeholders* da atividade turística (Eusébio & Carneiro, 2012).

**Tabela 43. Influência de vários fatores no Fator 4 da apropriação do espaço – Respeito e valorização da cultura e património locais**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Impacte Positivo - F1	0,426	0,057	0,404	7,338	0,000	0,935	1,070
Estado civil - Casado	0,316	0,082	0,206	3,868	0,000	0,945	1,059
Gênero - Masculino	-0,226	0,079	-0,150	-2,882	0,004	0,990	1,010
Dimensão do agregado familiar	-0,098	0,035	-0,146	-2,777	0,006	0,971	1,030
Interação s/ local de trabalho - F1	0,103	0,044	0,129	2,352	0,019	0,896	1,116
(Constant)	2,111	0,270		7,812	0,000		

N=264; R=0,555; R<sup>2</sup>=0,308; F=22,924 (p=0.000)

Impacte positivo (F1) - Desenvolvimento urbano.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisarmos a tabela 44, é evidente a existência de uma influência negativa da perceção do impacte negativo desaparecimento dos aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho (F2) e uma influência positiva do impacte positivo desenvolvimento económico (F4) na apropriação dos espaços públicos, ao nível do respeito pelas regras e normas dos espaços públicos (F5). O fator do impacte positivo tem uma maior influência do que o impacte negativo. Esta evidência, ocorre, possivelmente, pela facilidade em analisarem-se, mais rapidamente, os impactes económicos do turismo (Lickorish & Jenkis, 2000; Mathieson & Wall, 1982).

Pode-se concluir que os residentes inquiridos que percecionam o impacte negativo (F2) são o que menos percecionam a apropriação positiva dos espaços públicos, nomeadamente, ao nível do respeito pelas regras e normas dos espaços públicos (F5). Por outro lado, os residentes que percecionam positivamente o impacte positivo (F4) concordam que existe uma apropriação positiva dos espaços públicos ao nível do respeito pelas regras e normas dos espaços públicos (F5).

Estes resultados, possivelmente, ocorrem como consequência de um desenvolvimento baseado em mudanças económicas ocorridas no espaço neste contexto, na mudança na procura do mercado, bens ou serviços (Cocacola-Gant, 2018). Esta mudança advém de modificações provocadas pelo processo de desenvolvimento do turismo (Mathieson & Wall, 1982; Wall & Mathieson, 2006), a chamada turistificação (Knafou,

2012). Nesta perspetiva, os residentes, possivelmente, tendem a perceber que o interesse turístico pelos espaços patrimoniais se constitui como atitude ativa, adjacente ao desenvolvimento económico da atividade (Pellegrini, 1993). Porém, quando esta evidência tende a ultrapassar o esperado pelos residentes origina conflitos entre os agentes sociais e os económicos (Cocacola-Gant, 2018).

**Tabela 44. Influência de vários fatores no Fator 5 da apropriação do espaço – Respeito pelas normas e regras dos espaços públicos**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients		t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
Impacte Negativo - F2	-0,221	0,056		-0,232	-3,924	0,000	1,000	1,000
Impacte Positivo - F4	0,144	0,047		0,183	3,100	0,002	1,000	1,000
(Constant)	3,837	0,246			15,590	0,000		

N=264; R=0,298; R<sup>2</sup>=0,089; F=12,712 (p=0.000)

Impacte positivo (F4) - Aumento do rendimento dos residentes.

Impacte negativo (F2) - Desaparecimento de aspetos tradicionais e perturbações no mercado de trabalho.

Fonte: Elaborada pelo autor.

#### 6.4. Atitudes dos residentes relativamente aos turistas

Nesta secção analisar-se-ão as **atitudes dos residentes relativamente aos turistas** no sentido de perceber que atitudes os residentes mais têm relativamente aqueles que visitam a cidade de Aveiro. Foi feita uma análise fatorial, mais especificamente, uma ACP das atitudes dos residentes com rotação *varimax* com o objetivo de identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem bem os itens relativos a estas atitudes (Tabela 45). Identificaram-se os três fatores seguintes:

- **Atitude negativa (F1):** Este fator está relacionado com variáveis que revelam um tipo de atitude negativa e de ausência de receptividade, quer relativamente à atividade, quer relativamente aos turistas, como por exemplo evitar interagir ou expulsar os turistas dos espaços, reclamar quando interferem, e deixar de frequentar certos locais e eventos quando se sabe que os mesmos são frequentados por turistas;
- **Atitude positiva de carácter passivo (F2):** Este fator está relacionado com variáveis que caracterizam um tipo de atitude positiva, mas sobretudo de carácter passivo, que se traduz, por exemplo, na valorização da presença dos turistas nos espaços, bem como na apreciação das alterações e efeitos causados nos espaços devido à sua presença;

- **Atitude de acolhimento e apoio aos turistas (F3):** Este fator está relacionado com variáveis que caracterizam um tipo de atitude, que para além de ser positiva, é também de acolhimento e apoio aos turistas, que corresponde a ser amável em momentos de interação com os turistas, respeitar a sua presença, ter prontidão em ajudar os turistas em momentos de dúvidas e na explicação das normas de funcionamento dos espaços públicos.

Esta análise afigura-se como sendo de boa qualidade, na medida em que o KMO é = 0,784 (sendo  $> 0,7$ ), o valor de  $p$  do teste Bartlett é 0,000 (sendo  $< 0,05$ ), a variância explicada é de 62,7% ( $> 60\%$ ), os *factor loadings* e as comunalidades são maiores que 0,5 (exceto a comunalidade de uma variável que está muito próxima de 0,5) e o Alfa de Cronbach dos fatores são todos maiores que 0,7 (Tabela 45).



**Tabela 45. Análise de componentes principais das atitudes dos residentes relativamente aos turistas**

Fatores	Com.	Factor loading	Eigenvalue	Cumulative variance explained (%)	Cronhach's alpha
<b>F1: Atitude negativa</b>			<b>3,76</b>	<b>28,94</b>	<b>0,860</b>
Evito interagir	0,561	0,722			
Expulso-os dos espaços	0,723	0,803			
Reclamo quando interferem	0,728	0,844			
Deixei de ir a alguns espaços por causa da presença deles	0,616	0,763			
Cedo a minha vez nos espaços porque sei que estão de férias	0,593	0,685			
Deixo de ir a eventos por causa da sua presença	0,490	0,668			
<b>F2: Atitude positiva de carácter passivo</b>			<b>3,11</b>	<b>52,87</b>	<b>0,799</b>
Valorizo a sua presença nos espaços	0,600	0,727			
Aprecio as alterações nos espaços por causa dos turistas	0,772	0,870			
Aprecio os efeitos que causa a sua presença	0,762	0,839			
<b>F3: Atitude de acolhimento e de apoio aos turistas</b>			<b>1,28</b>	<b>62,75</b>	<b>0,679</b>
Quando interajo sou amável	0,579	0,748			
Respeito a sua presença	0,595	0,690			
Ajudar quando colocam dúvidas	0,625	0,739			
Explico o funcionamento e as normas dos espaços	0,513	0,629			
N = 227; Com.- Comunalidades	KMO = 0,784		Bartlett's test of sphericity = 1351,240 (p = 0,000)		

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar os dados presentes na tabela 46, é possível identificar que a atitude predominante dos residentes inquiridos relativamente aos turistas é uma atitude de acolhimento e apoio aos turistas (F3). Neste contexto, respeitam a presença dos turistas (Média=4,32). demonstraram um comportamento efetivamente ativo de ajuda quando são colocadas dúvidas (Média=4,27) e afirmam que em momentos de interação com os turistas são amáveis (Média=4,22).

Ao analisar os dados obtidos referentes ao F2, é perceptível que a atitude de acolhimento e apoio aos turistas (F3) anteriormente referida é muitas vezes acompanhada de uma atitude positiva de caráter mais passivo, embora a atitude de ajuda de caráter mais ativo tenda a ser mais intensa do que a de caráter passivo. Assim, no que respeita à atitude positiva passiva de caráter mais passivo (F2), os residentes valorizam a presença dos turistas (Média=3,87), os seus efeitos (Média=3,75) e as alterações causadas nos espaços públicos (Média=3,67) causados pela presença dos turistas. Esta evidência corrobora a hipótese de Butler (1974 citado por Mathieson & Wall, 2006), de que é provável que os residentes apresentem comportamentos passivos relativamente ao turismo, o que é revelador da aceitação, silenciosa, desta atividade e dos seus impactes, seja por causa das vantagens que a atividade proporciona ou porque não concebem nenhuma forma de contrariar este crescimento.

Por outro lado, ao analisar o F1, é claro que, por vezes, os residentes inquiridos também têm uma atitude negativa relativamente aos turistas. Contudo, esta tende a ser muito menos frequente do que as duas outras dimensões de atitudes positivas anteriormente referidas. Em termos de atitudes negativas, as mais frequentes correspondem aos residentes deixarem de ir a eventos por causa dos turistas (Média=2,43) e evitarem interagir com os turistas (Média=2,38). Em contraste, os residentes raramente reclamam quando os turistas interferem (Média=1,91) e raramente expulsam os turistas dos espaços (Média=1,77). O facto de alguns residentes afirmarem evitar interagir, embora esta atitude não pareça ser muito frequente, deve ser alvo de uma análise mais aprofundada, na medida em que a interação entre os residentes e os turistas apresenta-se como um fator determinante para o sucesso da experiência do visitante no destino (Andereck *et al.*, 2005; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Kim, 2002).

Outro aspeto que poderá justificar esta atitude negativa, poderá estar eventualmente relacionado com a ausência de envolvimento dos residentes nos processos de tomada de

decisão (Tabela 47). Cerca de 70,4% dos residentes inquiridos afirmam que não se envolvem neste tipo de processo, enquanto apenas 29,6% afirmam que procuram envolver-se. Esta ausência de intervenção nos processos de intervenção política urbana é preocupante, na medida em que o envolvimento dos mesmos é decisivo para o progresso sustentável da atividade turística (Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; Archer *et al.*, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Haley *et al.*, 2005; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Lindberg & Johnson, 1997; Mill & Morrison, 1989; Ritchie & Inkari, 2006; Williams & Lawson, 2001) e, possivelmente, para potenciar uma perceção e atitude mais positivas e ativas.

**Tabela 46. Análise descritiva das atitudes dos residentes relativamente aos turistas**

Variáveis	N	Média	Desvio padrão
<b>F1: Atitude negativa</b>			
Evito interagir	288	2,38	1,333
Expulso-os dos espaços	297	1,77	1,300
Reclamo quando interferem	296	1,91	1,219
Deixei de ir a alguns espaços por causa da presença deles	299	2,28	1,344
Cedo a minha vez nos espaços porque sei que estão de férias	293	2,14	1,395
Deixo de ir a eventos por causa da sua presença	295	2,43	1,519
<b>F2: Atitude positiva de carácter passivo</b>			
Valorizo a sua presença nos espaços	293	3,87	0,938
Aprecio as alterações nos espaços por causa dos turistas	283	3,67	1,053
Aprecio os efeitos que causa a sua presença	281	3,75	1,008
<b>F3: Atitude de acolhimento e apoio aos turistas</b>			
Quando interajo sou amável	295	4,22	0,821
Respeito a sua presença	298	4,32	0,900
Ajudo quando colocam dúvidas	292	4,27	0,992
Explico o funcionamento e as normas dos espaços	285	3,54	1,139
<b>Variáveis não inseridas em nenhum fator</b>			
Gosto que fotografem o interior dos espaços quando estou presente	255	2,87	1,458
Não alterou em nada o meu comportamento na cidade	286	3,29	1,495
N = 227			

Fonte: Elaborada pelo autor.

Na tentativa de compreender melhor as atitudes que os residentes têm relativamente aos turistas, incorporou-se no questionário um conjunto de questões que visava percecionar a experiência que os residentes na cidade tinham tido de impactes negativos e, também, as atitudes mais específicas que os residentes tinham face aos turistas (Tabela 47). A análise dos resultados obtidos através destas questões veio reforçar a valorização da atividade

turística por parte dos residentes, uma vez que muitos (79,7%) afirmam que valorizam os efeitos positivos do turismo. Esta é a atitude que mais residentes afirmaram ter.

O facto de os residentes referirem que valorizam os efeitos positivos do turismo não significa, no entanto, que nunca vivenciaram problemas com o turismo. De facto, perante a questão “Experiei problemas específicos causados pelo turismo” as respostas não se distanciaram muito nos dois grupos possíveis de resposta, os que afirmavam que já vivenciaram problemas inerentes à atividade (45,5%) e os que afirmaram que não (54,5%). O que os resultados evidenciam é que poucos residentes têm atitudes negativas face aos turistas pois, por exemplo, muitos afirmam que não evitam sítios específicos da cidade por causa dos turistas (71,4%).

No entanto, é importante ter em consideração que pequenos grupos de residentes revelam já algumas atitudes negativas relativamente ao turismo, pois cerca de 28,6% já evitam alguns sítios da cidade devido ao turismo, 10,3% mudaram para outra zona/bairro por causa do turismo e 9% pretendem mudar e, ainda, 16,3% já alertam os turistas para comportamentos inaceitáveis. Estes resultados reforçam a importância de estabelecer bons contextos de interação, a fim de evitar que os residentes experienciem problemas com os turistas, pois os residentes incomodados irão adotar atitudes mais hostis perante os turistas (Avecikurt & Soybalı, 2002; Eraqi, 2007; Goeldner, Ritchie, Brent & McIntosh, 2008; Raymond & Brown, 2007).

Outro aspeto, já referido nos capítulos dedicados ao estado da arte, refere-se à participação e opinião do residente perante as políticas públicas relativas ao turismo. Neste estudo a maior parte refere que efetivamente não procura ter um papel ativo neste contexto (70,4%). Por outro lado, existem residentes que afirmam que se preocupam com estas questões (29,6%). Porém, estes últimos, na sua grande maioria, enquadram-se profissionalmente na atividade turística ou subsectores correlacionados, o que justifica tal envolvimento. Esta conclusão vai de encontro à premissa, já abordada, nos capítulos de revisão de literatura, que dá conta da importância do envolvimento da comunidade residente na tomada de decisão do setor turístico (Dias, 2003; Hunter, 1997; OMT, 2003; Shunnaq et al., 2008). O que vem confirmar os resultados obtidos nos estudos que foram objeto de análise no decorrer da elaboração dos capítulos da revisão de literatura.

**Tabela 47. Experiência de impactes negativos e atitudes mais específicas dos residentes relativamente aos turistas**

Situações		N	%*	Média
Experienciei problemas específicos causados pelo turismo	Não	164	54,5	0,46
	Sim	137	45,5	
Noto efeitos negativos do turismo, mas não faço nada quanto a isso	Não	206	68,4	0,32
	Sim	95	31,6	
Valorizo os efeitos positivos do turismo	Não	61	20,3	0,80
	Sim	240	79,7	
Evito sítios específicos da cidade por causa dos turistas	Não	215	71,4	0,29
	Sim	86	28,6	
Alerto os visitantes para comportamentos inaceitáveis	Não	252	83,7	0,16
	Sim	49	16,3	
Tento ter um papel ativo no que diz respeito à opinião e políticas públicas relativamente ao turismo	Não	212	70,4	0,30
	Sim	89	29,6	
Mudei para outra zona/bairro por causa do turismo	Não	270	89,7	0,10
	Sim	31	10,3	
Pretendo mudar para outra zona/bairro por causa do turismo	Não	274	91,0	0,09
	Sim	27	9,0	

**Total: 301**

\* Percentagem válida

Fonte: Elaborada pelo autor.

## 6.5. A influência da perceção da apropriação dos espaços públicos nas atitudes relativamente aos turistas

Para analisar a influência das perceções de apropriação dos espaços públicos nas atitudes fizeram-se três regressões lineares simples, uma vez que tinham sido identificados na análise fatorial das atitudes três fatores de atitudes. As variáveis dependentes destas regressões eram, portanto, os fatores da atitude, enquanto as variáveis independentes correspondiam aos fatores da perceção de apropriação do espaço identificados através de uma análise fatorial realizada anteriormente (ver equação 2). Para todas as regressões testaram-se os pressupostos e as análises cumpriram os pressupostos.

$$(Eq. 2) \quad ARV_{ij} = \alpha + \beta_1 PRAEP1_i + \beta_2 PRAEP2_i + \beta_3 PRAEP3_i + \beta_4 PRAEP4_i + \beta_5 PRAEP5_i + \varepsilon_i$$

Nota:

Variável dependente

$i = 1 \dots n$  – Número de residentes

$j = 1 \dots 3$  – ARV - Dimensões/fatores das atitudes dos residentes relativamente aos turistas (1 = Atitude negativa, 2 = Atitude positiva de carácter passivo, 3 = Atitude de acolhimento e apoio aos turistas)

Variáveis independentes

Perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas

PRAEP1 – Perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços – F1 (média das variáveis relativas à degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços);

PRAEP2 – Perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços – F2 (média das variáveis relativas à diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos);

PRAEP3 – Perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços – F3 (média das variáveis relativas ao congestionamento);

PRAEP4 – Perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços – F4 (média das variáveis relativas ao respeito e valorização da cultura e património locais);

PRAEP5 – Perceções dos residentes relativamente à apropriação dos espaços – F5 (média das variáveis relativas ao respeito pelas normas e regras dos espaços públicos).

Ao se analisarem os dados apresentados na tabela 48, é evidente a influência positiva de dois fatores de perceção negativa da apropriação dos espaços públicos - fatores (F2) e (F1) e na **atitude negativa** - fator 1 da atitude (F1). Perante o exposto, pode-se concluir que quem percebe uma apropriação mais negativa dos espaços públicos, nomeadamente, no que diz respeito às questões da degradação, descaraterização e segurança nos espaços públicos, são aqueles que, posteriormente, revelam ter uma atitude mais negativa para com os turistas. Embora a perceção de congestionamento (F3) da perceção de apropriação do espaço) tenha uma influência negativa na atitude negativa, deve notar-se que esta influência é menor do que a influência dos outros dois fatores anteriormente referidos. Na verdade, o fator da apropriação que tem maior influência na atitude negativa é o (F2).

**Tabela 48. Influência dos fatores de percepção da apropriação do espaço no Fator 1 da atitude - Atitude negativa**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Apropriação - F2	0,577	0,059	0,582	9,782	0,000	0,529	1,890
Apropriação - F1	0,240	0,062	0,227	3,863	0,000	0,542	1,843
Apropriação - F3	-0,166	0,062	-0,141	-2,663	0,008	0,667	1,498
(Constant)	0,481	0,194		2,476	0,014		

N=292; R=0,679; R<sup>2</sup>=0,461; F=81,951 (p=0.000)

Apropriação (F2) - Diminuição da segurança e descaraterização dos espaços.

Apropriação (F1) - Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços públicos.

Apropriação (F3) - Congestionamento.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar os dados expostos na tabela 49, é evidente a influência positiva da percepção da apropriação positiva dos espaços públicos, nomeadamente dos fatores (F4) e (F5), na **atitude positiva de caráter passivo** - fator 2 da atitude (F2). O fator da apropriação que tem maior influência nesta atitude é o (F4). Perante o exposto, pode-se concluir que quem percebe uma apropriação mais positiva dos espaços públicos, nomeadamente, no que diz respeito às questões do respeito e valorização da cultura e património local, bem como do respeito pelas normas e regras dos espaços públicos, são aqueles que, posteriormente, optam por ter uma atitude mais positiva de caráter passivo para com os turistas.

Porém, como já foi referido, esta atitude caracteriza-se por ser uma atitude passiva, na medida em que os residentes, possivelmente, aceitam o turismo e os seus impactes, eventualmente por causa das vantagens que a atividade oferece, ou até porque não estão predispostos a dificultar a permanência da atividade (Butler, 1974, citado por Mathieson & Wall, 2006).

**Tabela 49. Influência dos fatores de percepção da apropriação do espaço no Fator 2 da atitude - Atitude positiva de caráter passivo**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Apropriação - F4	0,484	0,060	0,426	8,003	0,000	0,951	1,051
Apropriação - F5	0,133	0,051	0,138	2,594	0,010	0,951	1,051
(Constant)	1,422	0,268		5,307	0,000		

N=290; R=0,476; R<sup>2</sup>=0,227; F=42,031 (p=0.000)

Apropriação (F4) - Respeito e valorização da cultura e património locais.

Apropriação (F5) - Respeito pelas normas e regras dos espaços públicos.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar os dados expostos na tabela 50, é visível a influência positiva de um fator da percepção da apropriação dos espaços públicos - o fator (F4) – na **atitude de acolhimento e apoio aos turistas** – fator 3 da atitude (F3). Embora haja um fator que reflete a apropriação negativa dos espaços, que corresponde à percepção de que o turismo provoca degradação e aumento da dificuldade de acesso ao espaço (F1) que também afeta esta percepção, o fator (F4), relativo à apropriação positiva, tem uma maior influência do que este último fator. Sendo o (F4) aquele que tem maior influência, pode-se concluir que a atitude de acolhimento e apoio aos turistas tende a ser mais influenciada pelas percepções de apropriação positiva dos espaços públicos, nomeadamente, no que diz respeito às questões do respeito e valorização da cultura e património local.

Ao contrário da atitude positiva de carácter passivo (Tabela 49), esta atitude caracteriza-se por ser uma atitude ativa de apoio, onde possivelmente o residente detém um papel de ajuda ao visitante com prontidão, que parece ser influenciado pelo reconhecimento de que o turismo contribui para a valorização da cultura e do património local.

**Tabela 50. Influência dos fatores de percepção da apropriação do espaço no Fator 3 da atitude – Atitude de acolhimento e apoio aos turistas**

Variáveis Independentes	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients		t	p	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
Apropriação - F4	0,168	0,053	0,182	3,154	0,002		0,998	1,002
Apropriação - F1	0,083	0,039	0,121	2,100	0,037		0,998	1,002
(Constant)	3,198	0,238		13,419	0,000			

N=290; R=0,223; R<sup>2</sup>=0,050; F=7,503 (p=0.001)

Apropriação (F4) - Respeito pela cultura e património locais.

Apropriação (F1) - Degradação e aumento da dificuldade de acesso aos espaços públicos.

Fonte: Elaborada pelo autor.

É importante realçar que a atitude que é mais bem explicada pelas percepções de apropriação do espaço é a atitude negativa – fator 1 da atitude – (com  $r^2=0,461$ ) - e que a atitude menos explicada pelas percepções de apropriação do espaço é a atitude de acolhimento e apoio aos turistas – fator 3 da atitude - (com  $r^2=0,050$ ).

A atitude dos residentes pode ser influenciada e, caso os residentes sejam detentores de uma visão de preservação e apropriação positiva, podendo percecionar o turismo como fenómeno positivo de apropriação identitária, social e espacial adequadas (Archer, 2005; Mason, 2003; Oviedo-Garcia, 2008; Swarbrooke, 1999), os residentes tenderão a ter, em princípio, uma atitude mais positiva relativamente aos turistas e ao turismo. Conseguir-se o



apoio, ou pelo menos a aceitação, dos residentes, relativamente ao desenvolvimento da atividade turística no destino, é uma mais-valia tanto para residentes como para turistas (Oviedo-Garcia, 2008; Palmer, 2013), até porque, envolver os residentes com a atividade turística caracterizará os próprios residentes como embaixadores turísticos (Palmer, 2013; Eusébio & Carneiro, 2012).

#### 6.6. Estratégias a adotar relativamente ao turismo sugeridas pelos residentes

Nesta secção foram analisadas as opções de resposta dos residentes perante a questão “Na sua opinião, e dado o contexto local onde vive, que tipo de estratégias podem ser adotadas de modo a maximizar os benefícios e minimizar os prejuízos da apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas?”. Perante as estratégias apresentadas, pode-se subdividir as mesmas em dois grupos: estratégias de **inclusão e sensibilização** e estratégias de **exclusão e proibição**. Os dados obtidos (Tabela 51), em termos gerais, demonstram que os residentes optam, na sua maioria, por estratégias de inclusão e sensibilização. Por sua vez as estratégias de exclusão e proibição tendem a não ser adotadas por estes, na medida em que não acreditam que a sua aplicação seja benéfica.

Perante as estratégias de inclusão e sensibilização, os residentes acreditam que a criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a dispersar os turistas (sugerida por 185 inquiridos) seria uma boa estratégia a ser adotada. Esta estratégia vai de encontro ao contributo de Pizam (1978), na medida em que este autor refere que a “hipótese de uma grande concentração de turistas numa área-destino causa atitudes negativas por parte dos residentes” (Pizam, 1978, p. 12). Por sua vez, a sensibilização dos turistas sobre boas práticas (sugerida por 163 inquiridos) assim como de comportamentos aceitáveis e inaceitáveis (proposta por 156 inquiridos) também seria uma estratégia a ser adotada, na medida em que, possivelmente, os residentes de Aveiro já começam a percecionar os efeitos negativos do turismo, nomeadamente ao nível da poluição e vandalismo (Andereck *et al.*, 2005; Archer & Cooper, 2002; Ko & Stewart, 2002).

A sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas (sugerida por 167 inquiridos) e a promoção do turismo para visitantes que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes (proposta por 140 residentes) são boas estratégias que poderiam ser adotadas para minimizar os impactes negativos que o

turismo causa a nível local. A estratégia de sensibilização da comunidade é apontada pelos residentes, possivelmente, porque estes já percecionam os benefícios que o turismo acarreta, nomeadamente ao nível da conservação do património (Akis *et al.*, 1996; Andereck *et al.*, 2005, Liu & Var, 1986), da valorização do património cultural e da revitalização das tradições locais (Andereck *et al.*, 2005; Brunt & Courtney, 1999; Carneiro & Eusébio, 2007), do aumento dos rendimentos pessoais e das receitas fiscais, do emprego e dos níveis de qualidade de vida (Andereck *et al.*, 2005; Andereck & Vogt, 2000; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Tosun, 2002) e, como tal, não apontam a estratégia de sensibilização dos residentes para não interferirem na sua vida quotidiana, possivelmente, porque esta situação ainda não ocorre, ou seja, os turistas ainda não os incomodam (2F). A criação de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir (sugerida por 180 inquiridos) também é vista como uma estratégia a ser adotada. Esta medida é, possivelmente, percecionada pelos residentes, na medida em que estes já percebem que esta interação os vai predispor favoravelmente face à atividade turística (Weaver & Lawton, 2001).

Por sua vez, a melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes (sugerida por 193 residentes) também é apontada como uma estratégia ser adotada. Esta estratégia, possivelmente, advém da perceção dos residentes de que na cidade surge um claro aumento de infraestruturas e equipamentos turísticos (Andereck *et al.*, 2005; Andereck & Vogt, 2000; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Tosun, 2002) e não públicos.

Contudo, apesar de se caracterizarem por estratégias de inclusão e sensibilização, os residentes acreditam que a promoção da dispersão dos turistas para outras zonas da cidade (proposta por 132 residentes) ou ao longo do ano (sugerida por 108), assim como a criação de incentivos para que estes possam interagir positivamente com os turistas (proposta por 122), ou terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços e o seu envolvimento nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo a nível local (sugerida por 143) são estratégias com as quais os residentes discordam, na sua maioria. Esta evidência, salienta a ausência de intervenção dos residentes no planeamento da atividade, possivelmente esta atitude passiva dos residentes, perante as questões de planeamento a nível local da atividade ocorrem pela falta de perceção de que a sua participação potenciaria a minimização dos efeitos negativos ocorridos aquando do contato entre estes e os turistas (Avecikut & Soybali, 2002; Eraqi, 2007; Goeldner, Ritchie, Brent & McIntosh, 2008; Raymond & Brown, 2007).

A maioria dos residentes também não revelaram diversas estratégias de exclusão e proibição, a saber: proibição da entrada dos turistas em espaços de culto (sugerida apenas por 23 inquiridos); imposição de regras no uso dos espaços (proposta somente por 70); concessão de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas (sugerida apenas por 81); prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas (proposta apenas por 40); limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio (sugerida apenas por 57); imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico (proposta apenas por 59); imposição de limites ao número de turistas (sugerida somente por 22).

Possivelmente esta situação ocorre como consequência de cinco fatores, o primeiro, a existência de uma percepção positiva da atividade por parte dos residentes. Segundo os resultados das entrevistas esta percepção predispõe os residentes para uma atitude favorável relativamente aos turistas (King, 1982) “o turismo ajuda no desenvolvimento da cidade” (15F), que estes têm com os turistas e o turismo (Lindberg & Johnson, 1997), nomeadamente ao nível da interação, onde a mesma é “normal, uma pessoa tenta ajudar” (9F), o segundo, o nível de desenvolvimento do destino (Butler, 1980; Doxey, 1975), Aveiro, apesar do claro crescimento ainda não se encontra em fase de saturação “não me incomoda os turistas” (8F), o terceiro, a sazonalidade da procura turística (Andriotis & Vaughan, 2003), Aveiro ainda não se encontra com uma afluência diária de turistas, tendo picos de afluência em determinadas alturas do ano “tem mais turistas no verão” (14M), o quarto, o tipo de turista (Cohen, 1972), o turista que visita Aveiro aparenta comportamentos passíveis de convivência e de apreço por parte dos residentes, isto porque, “os turistas respeitam os espaços” (11M) e o quinto, as características sociodemográficas e as circunstâncias de vida do indivíduo (Fredline & Faulker, 2000) surtem influência direta nas percepções dos mesmos.

Como tal, os residentes ao percecionarem os benefícios do turismo desenvolvem atitudes favoráveis em relação ao turismo (Carneiro & Eusébio, 2010). Isto porque, os mesmos referem com alguma frequência que seria pertinente a colocação de “placas com normas de sinalização nos espaços” (1F), ou até que “não sou contra a presença dos turistas, graças a eles muitos espaços ganharam formas de se sustentarem” (29F).

**Tabela 51. Estratégias a adotar relativamente ao turismo sugeridas pelos residentes**

<b>Estratégias de inclusão e sensibilização</b>		<b>N</b>
Criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas	Não	114
	Sim	185
Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes	Não	152
	Sim	147
Sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas	Não	136
	Sim	163
Sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas	Não	132
	Sim	167
Criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva	Não	177
	Sim	122
Promoção do turismo para visitantes que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes	Não	159
	Sim	140
Promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir	Não	119
	Sim	180
Incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços	Não	187
	Sim	112
Envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo	Não	156
	Sim	143
Sensibilização dos turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade	Não	141
	Sim	156
Melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes	Não	106
	Sim	193
Promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade	Não	167
	Sim	132
Promoção da dispersão dos visitantes ao longo do ano	Não	191
	Sim	108
<b>Estratégias de exclusão e proibição</b>		<b>N</b>
Proibição da entrada dos turistas em espaços de culto	Não	276
	Sim	23
Imposição de regras no uso dos espaços	Não	229
	Sim	70
Conceção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas	Não	218
	Sim	81
Prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas	Não	259
	Sim	40
Limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio	Não	242
	Sim	57
Imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico	Não	240
	Sim	59
Imposição de limites ao número de turistas	Não	277
	Sim	22

Fonte: Elaborada pelo autor.

### **6.7. A associação da percepção da apropriação dos espaços públicos e das atitudes relativamente aos turistas com as estratégias a adotar relativamente aos turistas sugeridas pelos residentes**

Nesta secção foram feitos vários testes de t para analisar a possível existência de associação entre as estratégias sugeridas pelos residentes para potenciar uma correta apropriação do espaço e dois outros construtos - a percepção de apropriação do espaço e a atitude do residente relativamente aos turistas. De modo a facilitar a percepção de tais associações, sombreou-se a cinzento os casos onde se verificou a existência de relação. Os resultados são apresentados em três tabelas - a primeira e segunda tabelas (Tabelas 52 e 53), dizem respeito à relação das estratégias com os fatores das apropriações negativas (F1, F2 e F3) e positivas (F4 e F5) respetivamente. A terceira tabela (Tabela 53), diz respeito à relação das estratégias com os fatores das atitudes (F1, F2 e F3).

Ao analisar a tabela 52 dos fatores da **apropriação negativa** do espaço (**F1, F2 e F3**), é perceptível a existência de associações destas percepções de apropriação com algumas estratégias. Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2) e do congestionamento (F3), são aqueles que mais concordam com a estratégia de criação de novos espaços turísticos para atrair mais turistas.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1) e diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas.

Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2) e do congestionamento (F3), são aqueles que mais concordam com a estratégia de proibição da entrada dos turistas em espaços de culto.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), são aqueles que mais concordam com a estratégia de imposição de regras no uso dos espaços, de prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas e de promoção do turismo para turistas que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes.

Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação negativa do espaço ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1) e da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), são aqueles que mais concordam com a estratégia de melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2) e do congestionamento (F3), são aqueles que mais concordam com a estratégia de limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1) e da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2), são aqueles que mais

concordam com a estratégia de promoção da dispersão dos turistas ao longo do ano. Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação negativa ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (F1), da diminuição da segurança e descaraterização dos espaços públicos (F2) e do congestionamento (F3), são aqueles que mais concordam com a estratégia de imposição de limites ao número de turistas.

**Tabela 52. Relação entre o tipo de estratégias e os fatores da apropriação negativa**

Tipo de estratégias	Apropriação											
	F1				F2				F3			
		N	Média	p		N	Média	p		N	Média	p
Criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas	Não	114	2,97	0,289	Não	109	2,60	0,709	Não	109	3,46	0,214
	Sim	185	3,09		Sim	184	2,65		Sim	184	3,60	
Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes	Não	152	3,14	0,095	Não	152	2,79	0,007	Não	151	3,65	0,044
	Sim	147	2,95		Sim	141	2,46		Sim	142	3,44	
Sensibilização dos tunistas sobre boas práticas que devem ser adotadas	Não	136	2,90	0,021	Não	131	2,47	0,017	Não	130	3,53	0,788
	Sim	163	3,16		Sim	162	2,77		Sim	163	3,56	
Sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas	Não	132	3,09	0,485	Não	132	2,85	0,001	Não	131	3,56	0,802
	Sim	167	3,01		Sim	161	2,45		Sim	162	3,54	
Proibição da entrada dos turistas em espaços de culto	Não	276	2,98	0,000	Não	270	2,54	0,000	Não	270	3,51	0,029
	Sim	23	3,76		Sim	23	3,68		Sim	23	3,94	
Imposição de regras no uso dos espaços	Não	229	2,98	0,042	Não	224	2,59	0,199	Não	223	3,52	0,431
	Sim	70	3,25		Sim	69	2,78		Sim	70	3,62	
Criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva	Não	177	3,02	0,581	Não	176	2,57	0,241	Não	176	3,49	0,142
	Sim	122	3,08		Sim	117	2,72		Sim	117	3,64	
Conceção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas	Não	218	3,03	0,711	Não	217	2,60	0,356	Não	217	3,50	0,101
	Sim	81	3,08		Sim	76	2,73		Sim	76	3,69	
Prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas	Não	259	2,99	0,027	Não	253	2,60	0,252	Não	253	3,53	0,386
	Sim	40	3,36		Sim	40	2,81		Sim	40	3,66	
Promoção do turismo para visitantes que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes	Não	159	2,91	0,012	Não	153	2,58	0,362	Não	153	3,58	0,564
	Sim	140	3,20		Sim	140	2,69		Sim	140	3,52	
Promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir	Não	119	3,06	0,772	Não	113	2,81	0,032	Não	113	3,60	0,472
	Sim	180	3,03		Sim	180	2,52		Sim	180	3,52	
Incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços	Não	187	2,94	0,014	Não	181	2,53	0,028	Não	181	3,55	0,937
	Sim	112	3,23		Sim	112	2,81		Sim	112	3,54	
Envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo	Não	156	3,00	0,414	Não	150	2,61	0,739	Não	150	3,57	0,721
	Sim	143	3,09		Sim	143	2,65		Sim	143	3,53	
Sensibilização dos turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade	Não	141	3,00	0,468	Não	141	2,55	0,198	Não	141	3,57	0,633
	Sim	156	3,09		Sim	150	2,71		Sim	150	3,52	
Melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes	Não	106	2,88	0,032	Não	106	2,65	0,852	Não	105	3,45	0,167
	Sim	193	3,13		Sim	187	2,62		Sim	188	3,60	
Limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio	Não	242	2,97	0,004	Não	236	2,49	0,000	Não	236	3,48	0,005
	Sim	57	3,38		Sim	57	3,21		Sim	57	3,84	
Imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico	Não	240	3,00	0,062	Não	235	2,56	0,017	Não	234	3,50	0,075
	Sim	59	3,26		Sim	58	2,93		Sim	59	3,73	
Promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade	Não	167	2,92	0,018	Não	162	2,48	0,006	Não	161	3,50	0,292
	Sim	132	3,20		Sim	131	2,82		Sim	132	3,61	
Promoção da dispersão dos visitantes ao longo do ano	Não	191	3,00	0,205	Não	186	2,52	0,020	Não	185	3,57	0,523
	Sim	108	3,15		Sim	107	2,82		Sim	108	3,50	
Imposição de limites ao número de turistas	Não	277	3,00	0,001	Não	271	2,55	0,000	Não	271	3,50	0,001
	Sim	22	3,74		Sim	22	3,68		Sim	22	4,15	

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar a tabela 53, que inclui informação sobre a associação entre os fatores de **apropriação positiva** dos espaços (F4 e F5), é perceptível a existência de associações destes fatores da apropriação com várias estratégias.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), são aqueles que mais concordam com a estratégia de criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (F5), são aqueles que mais concordam com a estratégia de criação de novos espaços turísticos para atrair mais turistas.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), são aqueles que mais concordam com a estratégia de sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas.

Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4) e respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (F5), são aqueles que mais concordam com a estratégia de imposição de regras no uso dos espaços.

Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (F5), são aqueles que mais concordam com a estratégia de criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva.

Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4) são aqueles que mais concordam com a estratégia de conceção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas e de prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), são os que mais concordam com a estratégia de promoção do turismo para turistas que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes, promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir, incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas



de uso dos espaços e envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo.

Os residentes que menos concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (F5), são aqueles que mais concordam com a estratégia de sensibilização dos turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), são aqueles que mais concordam com a estratégia de limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio. Por outro lado, os residentes que menos concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços (F5), são aqueles que mais concordam com a estratégia de limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio.

Os residentes que mais concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito e valorização da cultura e património local (F4), são aqueles que mais concordam com a estratégia de promoção da dispersão dos turistas por outras zonas da cidade. Por outro lado, os residentes que menos concordam que existe uma apropriação positiva ao nível do respeito pelas normas e regras dos espaços (F5), são aqueles que mais concordam com a estratégia de promoção da dispersão dos turistas por outras zonas da cidade.

**Tabela 53. Relação entre o tipo de estratégias e os fatores da apropriação positiva**

Tipo de estratégias	Apropriação							
	F4				F5			
		N	Média	p		N	Média	p
Criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas	Não	114	3,75	0,017	Não	114	3,60	0,427
	Sim	185	3,96		Sim	186	3,51	
Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes	Não	152	3,88	0,974	Não	152	3,40	0,002
	Sim	147	3,88		Sim	148	3,70	
Sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas	Não	136	3,83	0,276	Não	137	3,65	0,058
	Sim	163	3,92		Sim	163	3,46	
Sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas	Não	132	3,75	0,007	Não	132	3,53	0,834
	Sim	167	3,98		Sim	168	3,55	
Proibição da entrada dos turistas em espaços de culto	Não	276	3,89	0,501	Não	277	3,57	0,308
	Sim	23	3,78		Sim	23	3,26	
Imposição de regras no uso dos espaços	Não	229	3,98	0,000	Não	230	3,62	0,004
	Sim	70	3,55		Sim	70	3,29	
Criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva	Não	177	3,93	0,131	Não	177	3,64	0,024
	Sim	122	3,80		Sim	123	3,41	
Conceção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas	Não	218	4,02	0,000	Não	219	3,59	0,132
	Sim	81	3,50		Sim	81	3,42	
Prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas	Não	259	3,94	0,000	Não	260	3,53	0,494
	Sim	40	3,47		Sim	40	3,63	
Promoção do turismo para visitantes que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes	Não	159	3,74	0,001	Não	160	3,62	0,125
	Sim	140	4,03		Sim	140	3,46	
Promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir	Não	119	3,75	0,022	Não	119	3,52	0,704
	Sim	180	3,96		Sim	181	3,56	
Incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços	Não	187	3,81	0,035	Não	188	3,55	0,880
	Sim	112	3,99		Sim	112	3,54	
Envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo	Não	156	3,79	0,037	Não	156	3,62	0,136
	Sim	143	3,97		Sim	144	3,47	
Sensibilização dos turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade	Não	141	3,87	0,802	Não	142	3,70	0,005
	Sim	156	3,89		Sim	156	3,41	
Melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes	Não	106	3,79	0,158	Não	106	3,56	0,813
	Sim	193	3,92		Sim	194	3,54	
Limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio	Não	242	3,83	0,033	Não	243	3,60	0,029
	Sim	57	4,07		Sim	57	3,32	
Imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico	Não	240	3,91	0,106	Não	240	3,60	0,157
	Sim	59	3,74		Sim	60	3,40	
Promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade	Não	167	3,79	0,015	Não	168	3,63	0,043
	Sim	132	4,00		Sim	132	3,43	
Promoção da dispersão dos visitantes ao longo do ano	Não	191	3,90	0,419	Não	191	3,48	0,110
	Sim	108	3,83		Sim	109	3,65	
Imposição de limites ao número de turistas	Não	277	3,86	0,283	Não	278	3,53	0,262
	Sim	22	4,04		Sim	22	2,75	

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao analisar a relação existente entre as estratégias e as **atitudes dos residentes** relativamente aos turistas, que estão representadas nestas análises pelos fatores das atitudes identificados anteriormente na análise fatorial das atitudes (Tabela 54), é perceptível a existência de associações entre as atitudes e diversas estratégias.

Os residentes com uma atitude de maior acolhimento e apoio aos turistas (F3), são aqueles que concordam com a estratégia de sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas. Isso significa que os residentes que concordam com a estratégia de sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas tendem a ter um maior acolhimento e apoio aos turistas, do que os residentes que não concordam com a estratégia de sensibilização dos turistas sobre boas práticas.

Os residentes com uma atitude mais positiva de caráter passivo (F2), são aqueles que mais concordam com a estratégia de sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas.

Os residentes com uma atitude mais negativa (F1), são aqueles que mais concordam com a estratégia de proibição da entrada dos turistas em espaços de culto.

Os residentes com uma atitude mais positiva de caráter passivo (F2), são aqueles que menos concordam com a estratégia de imposição de regras no uso dos espaços. Por outro lado, os residentes com uma atitude de acolhimento e apoio aos turistas (F3), são aqueles que mais concordam com a estratégia de imposição de regras no uso dos espaços.

Os residentes com uma maior atitude positiva de caráter passivo (F2), são aqueles que menos concordam com a estratégia de concessão de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas e de prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas.

Os residentes com uma maior atitude negativa (F1), e positiva de caráter passivo (F2), são aqueles que concordam com a estratégia de promoção do turismo para turistas que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes.

Os residentes com uma maior atitude negativa (F1), são aqueles que não concordam com a estratégia de promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir, por outro lado, os residentes com uma maior atitude positiva de caráter passivo (F2), concordam com esta estratégia.

Os residentes com uma maior atitude de acolhimento e apoio aos turistas (F3), são aqueles que não concordam com a estratégia de incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços.

Os residentes com uma maior atitude positiva de caráter passivo (F2) e de acolhimento e apoio aos turistas (F3), são aqueles que mais concordam com a estratégia de envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo.

Os residentes com uma maior atitude negativa (F1), são aqueles que mais concordam com a estratégia de limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio.

Os residentes com uma maior atitude de acolhimento e apoio aos turistas (F3), são aqueles que concordam com a estratégia de imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico.

Os residentes com uma maior atitude negativa (F1) e positiva de caráter passivo (F2), são aqueles que concordam com a estratégia de promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade.

Os residentes com uma maior atitude negativa (F1) são os que concordam com a estratégia de promoção da dispersão dos turistas ao longo do ano e imposição de limites ao número de turistas.

**Tabela 54. Relação entre as estratégias e os fatores da atitude**

Tipo de estratégias	Atitudes											
	F1				F2				F3			
	N	Média	p		N	Média	p		N	Média	p	
Criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas	Não	114	2,14	0,971	Não	1,13	3,69	0,229	Não	113	4,14	0,374
	Sim	186	2,13		Sim	1,85	3,81		Sim	186	4,06	
Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes	Não	152	2,15	0,851	Não	151	3,69	0,127	Não	151	4,07	0,664
	Sim	148	2,12		Sim	147	3,89		Sim	148	4,11	
Sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas	Não	137	2,10	0,630	Não	136	2,71	0,372	Não	136	3,99	0,017
	Sim	163	2,16		Sim	162	3,80		Sim	163	4,18	
Sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas	Não	132	2,26	0,069	Não	130	3,56	0,000	Não	131	4,03	0,201
	Sim	168	2,04		Sim	168	3,92		Sim	168	4,14	
Proibição da entrada dos turistas em espaços de culto	Não	277	2,03	0,000	Não	275	3,78	0,314	Não	276	4,11	0,212
	Sim	23	3,36		Sim	23	3,59		Sim	23	3,92	
Imposição de regras no uso dos espaços	Não	230	2,18	0,239	Não	230	3,84	0,002	Não	230	4,04	0,023
	Sim	70	2,01		Sim	68	3,48		Sim	69	4,26	
Criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva	Não	177	2,19	0,279	Não	175	3,78	0,574	Não	176	4,04	0,094
	Sim	123	2,06		Sim	123	3,73		Sim	123	4,17	
Conceção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas	Não	219	2,16	0,429	Não	218	3,87	0,000	Não	219	4,05	0,101
	Sim	81	2,06		Sim	80	3,47		Sim	80	4,20	
Prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas	Não	260	2,11	0,366	Não	259	3,80	0,025	Não	259	4,08	0,532
	Sim	40	2,28		Sim	39	3,48		Sim	40	4,16	
Promoção do turismo para visitantes que não interferiram negativamente na vida quotidiana dos residentes	Não	160	2,02	0,046	Não	159	3,59	0,000	Não	159	4,09	0,883
	Sim	140	2,26		Sim	139	3,96		Sim	140	4,10	
Promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir	Não	119	2,29	0,044	Não	117	3,60	0,008	Não	118	4,11	0,669
	Sim	181	2,03		Sim	181	3,87		Sim	181	4,08	
Incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços	Não	188	2,04	0,059	Não	186	3,57	0,986	Não	187	3,99	0,000
	Sim	112	2,29		Sim	112	4,08		Sim	112	4,26	
Envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo	Não	156	2,15	0,760	Não	155	3,64	0,010	Não	155	3,92	0,000
	Sim	144	2,12		Sim	143	3,89		Sim	144	4,28	
Sensibilização dos turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade	Não	142	2,06	0,227	Não	141	3,70	0,183	Não	141	4,03	0,175
	Sim	156	2,21		Sim	156	3,83		Sim	156	4,14	
Melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes	Não	106	2,01	0,138	Não	106	3,64	0,067	Não	106	4,09	0,907
	Sim	194	2,20		Sim	192	3,83		Sim	193	4,10	
Limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio	Não	243	2,04	0,001	Não	241	3,75	0,564	Não	242	4,08	0,560
	Sim	57	2,55		Sim	57	3,83		Sim	57	4,14	
Imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico	Não	240	2,13	0,856	Não	238	3,80	0,121	Não	239	4,04	0,010
	Sim	60	2,16		Sim	60	3,61		Sim	60	4,30	
Promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade	Não	168	1,97	0,002	Não	167	3,62	0,001	Não	167	4,04	0,161
	Sim	132	2,35		Sim	131	3,94		Sim	132	4,15	
Promoção da dispersão dos visitantes ao longo do ano	Não	191	2,00	0,006	Não	191	3,73	0,416	Não	190	4,08	0,659
	Sim	109	2,37		Sim	108	3,81		Sim	109	4,12	
Imposição de limites ao número de turistas	Não	278	2,07	0,003	Não	276	3,76	0,807	Não	277	4,09	0,780
	Sim	22	3,00		Sim	22	3,81		Sim	22	4,13	

Fonte: Elaborada pelo autor.

Finda esta análise, pode concluir-se que tanto a perceção da apropriação dos espaços públicos como as atitudes dos residentes para com os turistas influenciam o grau de concordância dos residentes com possíveis estratégias a serem adotadas para minimizar os impactes negativos ocorridos nos espaços, aquando da apropriação destes. Esta conclusão afigura-se em duas perspetivas.

Em primeiro, a perceção da apropriação dos espaços, quando negativa, determina a concordância, junto dos residentes, por estratégias de exclusão dos turistas. Contrariamente, a perceção da apropriação dos espaços, quando positiva, tende a gerar uma maior concordância, por parte dos residentes, relativamente a estratégias de inclusão e de apoio aos

turistas. O tipo de percepção de apropriação dos espaços, afigura-se, então, como sendo um dos fatores suscetíveis de influenciar a atitude dos residentes (Murphy, 2012).

Em segundo lugar, o tipo de atitude do residente está relacionado com a concordância, por parte dos residentes, relativamente a estratégias a adotar. Observou-se que uma atitude negativa leva a uma maior concordância com estratégias de exclusão dos turistas. Por sua vez, uma atitude mais positiva e de acolhimento e apoio aos turistas, leva a uma maior concordância com estratégias de inclusão, aceitação, apoio e percepção dos impactes positivos do turismo.

## 6.8. Conclusão

Neste capítulo observou-se que as evidências empíricas obtidas com a aplicação do modelo de recolha de dados selecionado vão de encontro, em termos globais, ao teorizado na primeira parte desta investigação, na medida em que muitos dos resultados obtidos vão de encontro a contributos já efetivados por outros autores relativamente à percepção dos impactes. No entanto, a presente investigação fornece perspetivas importantes e ainda não exploradas por outros autores relativamente às percepções de apropriação do espaço e atitudes daí decorrentes. Dado o método de recolha de dados presente nesta dissertação, apresentar-se-ão as conclusões dos resultados que dizem respeito aos questionários e os resultados que dizem respeito às entrevistas.

No que respeita aos **resultados obtidos através da aplicação dos inquéritos por questionário e entrevista aos residentes** pode concluir-se que, globalmente, os residentes da Freguesia de Glória e Vera Cruz, consideram que a atividade turística tem mais impactes positivos do que negativos, nomeadamente em termos económicos, ligação ao local de residência e culturais. Estes resultados também foram evidenciados nos residentes entrevistados, estes afirmam que a atividade traz “mais investimentos para a cidade” (4M), sendo uma “importante alavanca a nível nacional e local”, que “contribui para as contas públicas” (11M), que sentem “orgulho por verem a cidade com tantos turistas a gostarem de cá vir” (14M) e que é um “impulsionador da preservação dos recursos” (13F).

Estes resultados, possivelmente, são influenciados ora pela **idade** dos indivíduos inquiridos - a maioria enquadra-se no grupo etário dos 21 aos 30 anos - isto é, e segundo Andereck e Nyaupane (2010) e Haralambopoulos e Pizam (1996), os residentes mais idosos percebem mais negativamente os impactes do turismo do que os residentes mais jovens.

Junto dos residentes entrevistados também foi evidente esta análise, na medida em que os mais jovens, de um modo geral, só referem efeitos positivos do turismo, a este respeito, referem com mais frequência os impactes positivos ao nível económico.

Ora pelas **habilitações literárias**, isto porque a maioria dos indivíduos inquiridos quer por questionário, quer por entrevista, são detentores do ensino superior e segundo Amuquandoh (2009) os residentes com maior nível de escolaridade percecionam os impactes do turismo em maior escala e Haralambopoulos e Pizam (1996) defendem que quanto maior é o nível de habilitações literárias dos residentes mais facilmente, estes percecionaram os impactes positivos do turismo.

Ora pelo **nível de rendimento** dos residentes, 153 indivíduos (51%) referem que o seu rendimento está ao nível da média nacional, e segundo Amuquandoh (2009) os residentes com mais rendimentos possuem uma maior perceção dos impactes do turismo. Por outro lado, Haley et al., (2005) constatou que os residentes com menores níveis de rendimento reconhecem mais facilmente os benefícios do turismo ao nível local.

Ora pelo **tempo de residência**, a maioria dos residentes residem na cidade entre 1 a 10 anos, perante os resultados obtidos, os residentes inquiridos não residem na cidade a um tempo considerável e segundo Haralambopoulos e Pizam (1996) quanto maior for a duração de residência maiores serão as perceções dos impactes negativos do turismo. Isto porque, as pessoas que nasceram e cresceram na comunidade percecionam mais os impactes negativos do que os impactes positivos do turismo. Esta situação também é visível juntos dos residentes entrevistados, os que vivem há menos tempo percecionam mais facilmente os efeitos positivos, ao contrário daqueles que vivem há mais tempo, estes por sua vez, percecionam os impactes negativos do turismo, mais facilmente que os que vivem há menos tempo.

Ora pela **ligação ao bairro**, a maior parte dos residentes inquiridos referem que se mudaram para a cidade por questões de estudo, e segundo Haralambopoulos e Pizam (1996) as pessoas que não são nativas ou vivem a menos tempo na comunidade percecionam mais facilmente os impactes positivos do turismo. Ora pela distância entre o **local de residência** e as áreas turísticas, 160 indivíduos (53%) inquiridos por questionário, assim como 18 indivíduos inquiridos por entrevista, referem que a sua residência é sediada num dos bairros que se agrupam no grupo 1, ou seja, a zona geograficamente mais central da cidade por consequência, a mais turística, segundo Andereck *et al.* (2005), apesar de também reconhecerem impactes negativos do turismo, os residentes que vivem nas proximidades dos

centros turísticos são mais suscetíveis de reagirem de forma positiva em relação ao desenvolvimento do turismo do que aqueles que residem mais distantes, isto porque conseguem reconhecer os benefícios da atividade.

Ora pelo **nível de conhecimento** que os residentes possuem da atividade turística, 240 indivíduos (78%) referem que valorizam os efeitos positivos do turismo. E segundo Eusébio e Carneiro (2012) os residentes com um maior conhecimento do setor turístico tendem a perceber mais os impactos positivos do turismo. A este respeito, de salientar que dos 30 residentes inquiridos por entrevista, 25 destes referem que o turismo resulta no desenvolvimento da cidade, afirmando que “o turismo ajudou a cidade a crescer e foi muita coisa valorizada” (2F).

Ora pelo nível de **interação** que os residentes estabelecem com os turistas, cerca de 48% dos indivíduos inquiridos por questionário, assim como os inquiridos por entrevista (26 indivíduos) afirmam que interagem muito frequentemente com os turistas na rua, assim como 215 indivíduos (61%) referem que não evitam sítios específicos da cidade por causa dos turistas. E segundo Andereck e Nyaupane (2010) os residentes que interagem com os turistas percebem mais positivamente os impactos do turismo. A este respeito, é evidente que os residentes apreciam a interação estabelecida com os turistas, isto porque, referem mesmos que “é bastante positiva pois existem trocas de experiências e conhecimentos” (1F), assim como “é uma experiência enriquecedora para ambos” (2M). De um modo geral os residentes afirmam concordar que a interação que estabelecem com os turistas é agradável e que tentam ajudar sempre que estes os procurem com esse intuito.

Observa-se, no entanto, que os residentes percebem já alguns impactos negativos do turismo, nomeadamente em termos económicos sociais, como por exemplo o efeito do turismo nos preços, nas alterações do mercado de trabalho, na falta de estacionamento, congestionamento e sobrecarga dos espaços. Estes resultados são mais percebidos pelas mulheres, na medida em que, no total da amostra o **sexo** feminino destaca-se e são quem mais referem os impactos negativos do turismo, nomeadamente ao nível do “aumento dos preços dos bens, produtos e serviços” (29F). Estes resultados são corroborados por Williams e Lawson (2001), estes autores referem que as mulheres demonstram ter mais reações negativas face ao turismo do que os homens.

Ora pela sua **ligação á atividade turística**, o que implica a sua dependência económica face ao turismo, do total da amostra 193 indivíduos não se encontram ligados á



atividade turística (64%), assim como 14 indivíduos inquiridos por entrevista, este resultado surte uma clara influência na perceção dos impactes do turismo junto dos residentes, na medida em que, e segundo Andereck e Nyaupane (2010), os residentes que trabalham no setor do turismo ou em atividades correlacionadas com o turismo têm uma opinião favorável a respeito do turismo. Paralelamente, os residentes que recebem benefícios pessoais do turismo percecionam mais os impactes positivos do que os negativos (Andereck *et al.*, 2005). Isto é, os residentes envolvidos profissionalmente no turismo de forma direta ou relacionada, são geralmente mais aptos a terem perceções positivas dos impactes do turismo (Ap, 1992).

De facto, são os residentes que trabalham na atividade quem mais declaram os impactes e benefícios do turismo nas mais diversas áreas. Por exemplo, um residente que se encontra ligado profissionalmente á atividade refere “de um modo geral o turismo acarreta bastantes pontos positivos, de um modo sucinto descrevera tudo nas palavras crescimento e desenvolvimento” (2M), por outro lado, um residente que não tem qualquer vínculo com a atividade refere que “apesar dos evidentes benefícios que existem, o problema do turismo é (...) querer e alterar a cidade para seu proveito” (16F).

Ora pela ausência de **intervenção dos residentes** no que diz respeito à opinião e políticas públicas relativamente ao turismo, a este respeito, 212 indivíduos (70%) referem que não procuram ter um papel ativo na gestão da atividade a nível local e segundo Andereck *et al.*, (2005) quanto mais os residentes estiverem informados sobre o turismo maior será a perceção positiva dos impactes e consequentemente apoio para com a atividade.

Após a avaliação dos impactes do turismo, procedeu-se à análise dos fatores que influenciam as perceções e atitudes dos residentes face à apropriação. Relativamente á **perceção dos residentes face à apropriação** dos espaços públicos por parte dos turistas, em função das variáveis dispostas no questionário foi possível, através da análise fatorial exploratória, extrair cinco fatores, a saber:

Degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (**F1**); diminuição da segurança e descaraterização dos espaços (**F2**); congestionamento (**F3**); respeito e valorização da cultura e património locais (**F4**); respeito pelas normas e regras dos espaços públicos (**F5**). Após uma análise aprofundada das opiniões dos residentes face ao tipo de apropriações ocorridas nos espaços públicos por parte dos turistas, tornam-se evidentes resultados bastante relevantes e pertinentes, na medida em que, para além de responder ao objetivo por nós proposto, permite validar que as perceções dos residentes face ás

apropriações do espaço, possivelmente, são uma influência direta das percepções que estes detém face aos impactes do turismo a nível local, assim como das suas características sociodemográficas e da interação que estabelecem com os turistas. Esta evidência, é justificada com base nos seguintes resultados, a saber:

No contexto de uma **apropriação percecionada negativamente**, cerca de 35% dos residentes afirmam que a apropriação dos espaços potencia a degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (**F1**). Por sua vez, cerca de 47% dos residentes afirmam que as apropriações dos espaços públicos colocam em causa a segurança e alteram negativamente nos níveis físico e social o espaço urbano (**F2**), cerca de 57% dos residentes afirmam que a apropriação dos espaços potencia o congestionamento tanto de espaços como transportes (**F3**).

Estes resultados, possivelmente, foram mais evidenciados pelos residentes que se enquadram nas seguintes características: primeiro, pelos residentes com menor nível de conhecimento da atividade turística, isto porque, e como já foi referido, quanto maior for o conhecimento do turismo maior será a percepção dos impactes positivos do turismo (Eusébio & Carneiro, 2007). Segundo, pelos residentes que vivem na cidade a mais de 10 anos, 138 indivíduos (46%), porque quanto maior for a duração de residência maiores serão as percepções dos impactes negativos do turismo (Haralambopoulos & Pizam, 1996). E terceiro, pelos residentes que não interagem com os turistas, a este respeito, cerca de 20% dos residentes afirmam nunca interagir, por iniciativa própria, com os turistas em nenhum dos locais apresentados como opções no questionário – não consideramos o local de trabalho, dada a obrigatoriedade de interação –, estes percecionam mais negativamente as apropriações, na medida em que, e por outro lado, os residentes que interagem com os turistas percecionam mais positivamente os impactes do turismo (Andereck & Nyaupane, 2010). A este respeito, os residentes inquiridos por entrevista, referem que os espaços não são apropriados negativamente, contudo referem que no decorrer desta utilização, os turistas provocam o congestionamento “o mau é ter muita gente nos espaços” (5M) e também que provocam degradação dos espaços dado “o uso excessivo sempre dos mesmos espaços” (18F).

No contexto de uma **apropriação percecionada positivamente**, cerca de 65% dos residentes percecionam uma apropriação ao nível do respeito e valorização da cultura e património locais (**F4**). Por sua vez, 71% dos residentes percecionam uma apropriação

adequada ao nível do respeito pelas normas / regras dos espaços públicos (**F5**). A este respeito, também os residentes entrevistados referem, na sua maioria, que os turistas se apropriam positivamente dos espaços, referem com bastante frequência, que graças aos turistas muitos espaços foram valorizados e que “os turistas e o turismo dão vida aos espaços, muitos espaços estavam degradados e esquecidos, o turismo acordou a cidade para a vida” (11M) e que “eles usam os espaços com respeito” (29F). Nesta perspetiva, uma das questões apresentada na entrevista, pretendia perceber se a apropriação dos espaços afetava do residente de algum modo, aquando da análise das entrevistas, foi possível evidenciar que dos 30 residentes entrevistados, 24 afirmam que a apropriação “não, acho bastante enriquecedor e de extrema importância a nível local” (2M). Por outro lado, 6 residentes afirmam que são afetados pela apropriação, nomeadamente ao nível do congestionamento “ter muita gente é chato” (4M).

Estes resultados, possivelmente, e ao contrário dos fatores da apropriação ao nível negativo, foram percecionados pelos residentes, mais jovens (Andereck & Nyaupane, 2010; Haralambopoulos & Pizam, 1996), com níveis de rendimento mais baixos (Haley et al., 2005), detentores de habilitações literárias superiores (Amuquandoh, 2009; Haralambopoulos & Pizam, 1996), que residem juntos do centro turístico (Andereck *et al.*, 2005), e que não são nativos da região (Haralambopoulos & Pizam, 1996), que estão ora ligados, ora dependentes economicamente da atividade turística (Andereck & Nyaupane, 2010; Andereck *et al.*, 2005; Ap, 1992) e que interagem com os turistas (Andereck *et al.*, 2005; Carneiro & Eusébio, 2010, 2015; Kim, 2002).

No que diz respeito às **atitudes dos residentes** face à apropriação, em função das variáveis dispostas no questionário foi possível, através da análise fatorial exploratória, extrair três fatores, a saber:

Atitude negativa (**F1**); Atitude positiva de caráter passivo (**F2**); Atitude de acolhimento e apoio aos turistas (**F3**). Após uma análise das opiniões dos residentes perante o tipo de atitude que estes efetivam junto dos turistas, aquando de momentos de interação nos espaços públicos, torna-se evidente que a atitude dos residentes é influenciada, tanto pela perceção da apropriação dos espaços, assim como pelas características sociodemográficas e pela interação que estabelecem com os turistas. Esta evidência justifica-se com base nos resultados que se apresentam de seguida.

Cerca de 29% dos residentes afirmam ter uma atitude negativa (**F1**) para com os turistas, esta atitude justifica-se porque estes residentes tendem a perceber mais negativamente as apropriações do espaço. Por outro lado, cerca de 53% dos residentes afirmam ter uma atitude positiva de carácter passivo (**F2**) para com os turistas. Por último, cerca de 63% dos residentes afirmam ter uma atitude de acolhimento e apoio aos turistas (**F3**), esta atitude justifica-se porque estes residentes tendem a perceber mais positivamente as apropriações do espaço.

A este respeito, pretendeu-se de igual modo analisar, no inquérito por entrevista, o tipo de atitude dos residentes face à presença dos turistas, perante os resultados obtidos, de um modo geral, 20 indivíduos afirmam ter uma atitude positiva, destes, 13 afirmam ter uma atitude positiva, ativa e inclusiva, afirmando, por exemplo que “eu aprecio a sua presença, não tenho nenhuma atitude que vá contra a sua presença” (10M) e que “tenho noção do valor da sua presença” (14M). Por outro lado, 10 indivíduos afirmam ter uma atitude negativa, destes, 3 indivíduos afirmam ter uma atitude de exclusão, chegando a evitar interagir com os turistas e de ir a sítios onde se encontram turistas, “evito sítios onde tem turistas” (6M), ou “deixei de ir a alguns sítios” (5M).

Perante os dados expostos, e tendo como base a categorização dos fatores que influenciam as atitudes dos residentes, face aos impactes do turismo – dada a ausência de literatura que justifique os fatores que influenciam as atitudes dos residentes, no contexto da apropriação – utilizamos os contributos teóricos subjacentes às atitudes perante a atividade. Os resultados obtidos aquando da análise das atitudes dos residentes, possivelmente, tiveram como influência determinados aspetos que se apresentam de seguida. Os residentes que tendem a ter uma atitude mais negativa, são possivelmente, aqueles que percebem mais os impactes negativos do turismo, seja por viverem afastados das zonas turísticas (Williams & Lawson, 2001), por não estarem informados acerca do turismo (Andereck *et al.*, 2005), porque o turismo foi-lhes imposto na comunidade contra a sua vontade, e aqui “é provável que esta mudança seja percebida negativamente” (Ap, 1992, p. 669), ou porque estes residentes temem que com a presença dos turistas percam a possibilidade de uso dos espaços de lazer (Gursoy & Jurowski, 2002).

Por outro lado, os residentes que tendem a ter uma atitude positiva, são possivelmente, aqueles que percebem mais os impactes positivos do turismo (Lindberg & Johnson, 1997). Assim como os residentes que tendem a ter uma atitude de acolhimento

e apoio aos turistas, são possivelmente, os residentes que usufruem de benefícios do turismo, na medida em que, estão ligados e economicamente dependentes da atividade (Madrigal, 1993; Andereck & Nyaupane, 2010; Andereck *et al.*, 2005; Ap, 1992) e “quando os residentes percecionam os benefícios do turismo desenvolvem atitudes favoráveis em relação ao turismo, contribuindo para uma maior interação com os visitantes” (Carneiro & Eusébio, 2010, p. 1), a interação poderá contribuir para um aumento da satisfação dos residentes face á atividade e como consequência, determina atitudes favoráveis face ao desenvolvimento da atividade turística (Weaver & Lawton, 2001).

Por último, em relação ao tipo de estratégias passíveis de adotar concluiu-se que os residentes quando percecionam uma apropriação negativa dos espaços optam por estratégias de exclusão e proibição. Por outro lado, quando percecionam uma apropriação positiva optam por estratégias de inclusão e sensibilização. Isto é, caso o turismo, assim como os turistas, usufruam dos recursos do destino com vista á sua preservação e apropriação adequada, os residentes percecionarão o turismo como um fenómeno positivo de apropriação adequado (Archer, 2005; Mason, 2003; Oviedo-Garcia, 2008; Swarbrooke, 1999). E os residentes vão apoiar e aceitar o desenvolvimento da atividade turística no destino (Oviedo-Garcia, 2008; Palmer, 2013). De um modo global os residentes inquiridos percecionam mais os impactes positivos do turismo, assim como percecionam uma apropriação positiva dos espaços públicos, como tal optam por estratégias de inclusão e sensibilização, destas destacam a colocação de sinalização adequada ao nível dos usos dos espaços.

Outra das questões presentes no inquérito por entrevista, pretendia recolher a opinião dos residentes face a **lacunas existentes no planeamento da atividade turística** na cidade, face a esta interrogação, de um modo geral, os residentes referem, na sua maioria, que a atividade esta muito centralizada no centro da cidade, e como tal esta situação potencia e favorece o congestionamento, a sobrelotação e coloca em causa a qualidade de vida dos residentes e “o turismo poderia expandir-se por outras zonas da cidade e isso afeta os residentes que vivem nessas zonas mais turísticas” (26F). Outra lacuna prede-se com a ausência de “infraestruturas que beneficiem tanto residentes como turistas” (30M) e de “ouvirem os residentes, por causa da pressão turística em certos locais. A comunidade não deve ser ignorada nem as suas queixas porque eles residem nos locais” (19M).

Estes resultados tendem a ser consistentes com a teoria da troca social, que defende que os residentes que percecionam os benefícios do turismo são suscetíveis de avaliar

positivamente a atividade, enquanto que os que não percebem os benefícios tendem a avaliar a atividade de forma negativa (Andriotis & Vaughan, 2003).

## **V. Considerações Finais**

## Capítulo 7. Conclusão

### 7.1. Principais conclusões

O estudo desenvolvido, ao longo dos dois capítulos que constituem o enquadramento teórico desta investigação, permitiu observar que, apesar de já existir muita literatura sobre a temática do espaço público urbano, reestruturação urbana turística e percepções e atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo, ainda que exista fundamentação teórica que respeita as questões da apropriação dos espaços por parte da atividade – turistificação; gentrificação – ainda existe uma grande lacuna no que respeita à delimitação clara e objetiva dessas reações, no contexto da apropriação dos espaços públicos pelos turistas.

Foi possível observar que, as pesquisas bibliográficas existentes sobre o espaço público, identidade, planeamento turístico, turismo urbano e os seus impactes nos espaços e pessoas e fatores que influenciam a percepção e atitude dos residentes face a esses impactes são temáticas, que embora, numa primeira observação, são indissociáveis, numa observação mais cuidada, percebe-se que todas estas temáticas para além de associáveis, são claramente mutualistas.

Isto porque, a reestruturação e planeamento do espaço para a atividade turística, pode ser visto, ora como uma resistência ao capitalismo global neoliberal e o *overtourism* (Buser, Bonura, Fannin, & Boyer, 2013), ora como apoio á comunidade local (Fletcher, 2016). Isto porque, e sendo o espaço um *locus* onde se desenrolam interações sociais, o espaço é sociedade e resultado da ação humana, aqui as relações sociais não têm meramente uma existência social, mas também espacial, estando inscritas no próprio espaço (Lefebvre, 2000).

As experiências sociais realizadas no espaço fazem com que a população crie laços de afetividade, ao “transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado” (Tuan, 2001, p. 151), o sentimento de pertença e de afeto faz com que o espaço se transforme em lugar (Tuan, 2001), o lugar é “o espaço vivido, dotado de significados próprios e particulares que são transmitidos culturalmente” (Costa & Rocha, 2010, p. 52), onde as particularidades do lugar formam o próprio património e o



seu reconhecimento dá-se a partir dos valores atribuídos e do significado que eles têm para a comunidade (Costa & Rocha, 2010).

Esta noção da importância que o espaço tem junto das comunidades, enquanto espaço de vida e vínculo patrimonial e cultural, torna-se essencial no caso do turismo urbano, na medida em que, o turismo urbano apodera-se do *special interest* e *place-specific* dos espaços (Ashworth, 2009). É crucial compreender que o espaço se sobrepõe a uma multiplicidade interligações e relações que ocupam o espaço com particularidades e características discerníveis. São o produto e o produtor do espaço, assumindo ele próprio esta dupla natureza, produto de um conjunto de ações e relações em interação, pronto a ser usado, e simultaneamente é o meio de produção que cria oportunidade ao desenrolar destas (Lefebvre, 1991). Nesta perspetiva “o turismo urbano é melhor definido como a área de sobreposição entre os vários turismos adjetivais” (Ashworth, 2009, p. 208).

Plasmada a importância que a cidade tem, enquanto lugar de identidade e recurso turístico, procurou-se demonstrar que o turismo urbano mais do que precisa, necessita de ser planeado de modo a não colocar em causa a qualidade, não só da experiência turística urbana, como também da comunidade residente, só assim será possível e passível de manter-se no tempo. Seja através de um planeamento sustentável e ou criativo onde as cidades serão capazes de dar resposta aos problemas e às oportunidades que decorrem das constantes modificações socioeconómicas que têm vigorosas reflexões no território.

Atualmente, o planeamento ao nível do turismo urbano, encontra-se num processo de transformação, na medida em que, procura ajustar as novas tendências turísticas com as expectativas dos turistas e ainda com as novas formas de planeamento e estratégias ao nível local. Neste contexto, o Planeamento colaborativo estratégico ou a sua versão mais inovadora, o planeamento criativo, surge como fator de sucesso e tentativa de alcançar-se a sustentabilidade nas cidades.

Portanto, o turismo deve considerar que o espaço não se resume unicamente a um recurso passível de ser utilizado, o espaço é também identidade. Como tal, a prática do turismo a nível local, deve munir-se de um planeamento que numa primeira instância deve ser urbano, antes mesmo de ser um planeamento estratégico turístico. O

planeamento do turismo deve então ser embutido de modo a gerir e a potenciar o seu desenvolvimento de forma sustentada (OMT, 2004).

Em relação ao quadro teórico sobre a temática relacionada com os processos de reestruturação do espaço, foi possível analisar que a noção de lugar se apresenta como um fator que influencia as perceções e atitude dos residentes face ao turismo, e possivelmente face às apropriações do espaço público. Isto porque existe uma clara ausência de vinculação entre o modo de operação dos agentes turísticos e a noção de lugar (Hallak *et al.*, 2012).

Por sua vez, o processo de urbanização turística surge como novas expressões urbanas originadas pela interligação do desenvolvimento das atividades turísticas e do surgimento de novos espaços urbanos, que produz significados e identidades sociais direcionadas para o consumo (Lopes, 2000; Mullins, 1994). Associado a este processo, surgem as questões da apropriação dos espaços que surge no espaço urbano como uma forma de reestruturação do espaço à imagem do capitalismo com vista à acumulação de capital (Harvey, 1985).

Como consequência dos processos ocorridos no espaço urbano, a gentrificação surge como novas formas de manifestações de um processo de produção do espaço em função da procura por parte dos usuários mais influentes (Hackworth, 2002; Lees, 2005) e que determina o deslocamento dos habitantes. Embora este fenómeno seja caracterizado como algo inerentemente positivo (DeVerteuil, 2011), no decorrer da revisão teórica, foi possível perceber que uma contradição a esta característica, na medida em que, o turismo não pode ser considerado uma atividade só economicamente rentável, o turismo coloca em causa a positividade da atividade, isto porque acumula por desapropriação e potencia os deslocamentos residenciais (Cocola-Gant, 2018).

Independentemente de haver ou não deslocamento espacial, as perturbações causadas pelo turismo resultam num sentimento de perda, que é sentida como uma expulsão. Contudo, se as pessoas permanecem, não é por falta de pressão (Marcuse, 1985), até porque o turismo é vivido diariamente. O deslocamento significa muito mais do que o deslocamento espacial (Davidson, 2009) e esta situação está a levar os residentes de vários destinos a protestar contra o crescimento do turismo (Colomb & Novy, 2016).

A cidade e o turismo estabelecem uma relação conexa (Ashworth & Tunbridge, 2000; Mullins, 1991; Law, 2002). Hoje, no entanto, o turismo urbano está a crescer a uma escala nunca vista, o que desencadeia várias mudanças urbanas, nomeadamente no mercado imobiliário, o que produz a gentrificação e o *overtourism* (Ashworth & Page, 2011; Wilson & Tallon, 2012; Hiernaux-Nicolas & Gómez, 2014; Cocola-Gant, 2015, 2016a, 2016b, 2018; Delgadillo, 2015; Mendes, 2016; Gravary-Barbas & Guinand, 2017; Barata Salgueiro, Mendes & Guimarães, 2017; Barata Salgueiro, 2017).

Finda a análise teórica, foi possível verificar que a privatização das cidades e do espaço urbano é um problema político e social (Nawratek 2005; Kopel 2009), existe uma clara necessidade da criação de ferramentas que protejam o espaço público (Bauman 2007; Kopel 2009), é indiscutivelmente necessário existir planeamento e políticas claras e adequadas para o turismo (Breda & Costa, 2010).

A validação do modelo de avaliação das perceções e atitudes dos residentes foi concretizada através da sua aplicação a um destino turístico de Portugal – a NUT III Aveiro, Freguesia de Glória e Vera Cruz, mais especificamente. Para a obtenção dos dados necessários à concretização do objetivo fundante desta dissertação foi aplicado um inquérito por questionário e por entrevista aos residentes desta freguesia, tendo-se utilizado um processo de amostragem por conveniência. Através da administração direta foram obtidos 301 questionários e 30 entrevistas no mês de setembro de 2019, totalizando 331 inquéritos válidos, se salientar a aplicação de um pré-teste, 15 questionários e 5 entrevistas no mês de agosto de 2019, com a finalidade de melhorar possíveis lacunas existentes nos inquéritos.

O **questionário** incluía questões relacionadas com o perfil sociodemográfico dos residentes, a perceção dos impactes do turismo, a experiência em contexto turístico, o nível de interação com os turistas, a perceção da apropriação dos espaços públicos e das atitudes face a essa apropriação e tipos de estratégias a serem adotadas com vista à minimização dos impactes da apropriação.

A perceção dos impactes, interação com os turistas, apropriação e atitudes foram avaliadas recorrendo uma pergunta tipo Likert, construída com base na revisão da literatura, que incluía afirmações relacionadas com os impactes económicos, sociais, culturais e ambientais ao nível do turismo, da apropriação dos espaços e das atitudes, com os locais de interação e tipos de estratégias adotar.

A identificação dos fatores que influenciam a percepção da apropriação dos espaços públicos e também as atitudes dos residentes foi realizada recorrendo a uma análise fatorial exploratória (Velicer & Jackson, 1990; Goldberg & Digman, 1994; Widaman, 1993; Gorsuch, 1997). Recorreu-se também a testes de associação, para determinar possíveis associações entre as variáveis, através de correlações, e de diferenças, através do teste de Levene, anova, teste de Bartlett, teste de Kruskal Wallis, teste de Cronbach Alpha, teste Kaiser-Meyer-Olkin e test t.

Os resultados do inquérito realizado aos residentes da freguesia de Glória e Vera Cruz demonstrou que a maioria dos inquiridos vive na freguesia entre 1 a 10 anos (54,2%), tem idades compreendidas entre 21 e 30 anos (58,5%), é do sexo feminino (59,1%), solteiros (55,5%), possuem o ensino superior (41,2%), desempenham uma atividade profissional remunerada (60,2%), com um agregado familiar entre os 3 a 4 elementos (66,8%) e com um rendimento líquido per-capita ao nível da média nacional (50,8%).

Em termos de familiaridade dos residentes com a atividade turística, a investigação permitiu observar que a grande maioria dos inquiridos não são dependentes económica e profissionalmente da atividade (64,1%). Outro aspeto concluído prende-se com o fato de que os residentes inquiridos se sentem à vontade quando são abordados pelos turistas. Por sua vez, a maior frequência de contacto dos residentes com os turistas é estabelecida na rua, quando o visitante lhe solicitava informações.

A aplicação dos inquéritos aos residentes da Freguesia de Glória e Vera Cruz permitiu ainda observar que, globalmente, os residentes consideram que a atividade turística tem mais impactes positivos do que negativos, nomeadamente em termos económicos e culturais, como por exemplo o impacto do turismo no aumento do emprego (73%), no investimento da cidade (72,8%), na melhoria das infraestruturas urbanas (73,1%) e na melhoria da qualidade vida dos residentes (41,2%). Observa-se, no entanto, que os residentes percecionam já alguns impactes negativos do turismo, principalmente em termos sociais e ambientais, como por exemplo o efeito do turismo no aumento dos preços dos bens e serviços, no aumento da poluição e no aumento do tráfego rodoviário.

No que diz respeito às percepções dos residentes face a apropriação dos espaços de um modo geral os residentes percecionam que os turistas respeitam as normas e

regras dos espaços públicos (71,54%). Contudo, começam também a perceber um efeito negativo da apropriação, ao nível da degradação e dificuldades de acesso aos espaços públicos (35,27%). Relativamente às atitudes dos residentes, a grande maioria refere que tem uma atitude de acolhimento e apoio aos turistas (62,75%), por outro lado, existem residentes que optam por uma atitude negativa (28,94%).

A **entrevista** incluía questões relacionadas com o perfil sociodemográfico dos residentes, a percepção dos impactos do turismo, o nível de interação com os turistas, a percepção da apropriação dos espaços públicos e das atitudes face a essa apropriação e tipos de estratégias a serem adotadas com vista à minimização dos impactos da apropriação. Para analisar-se as entrevistas procedeu-se a uma análise conteúdo com apoio no *software* WebQDA.

Os resultados da aplicação das entrevistas, não diferem muito dos resultados obtidos com a aplicação dos questionários. Contudo, nas entrevistas foi possível analisar um aspeto, que no questionário não foi plausível de analisar: lacunas existentes no planeamento da atividade turística ao nível local. A este respeito, segundo os dados obtidos destacou-se como principais lacunas, a saber:

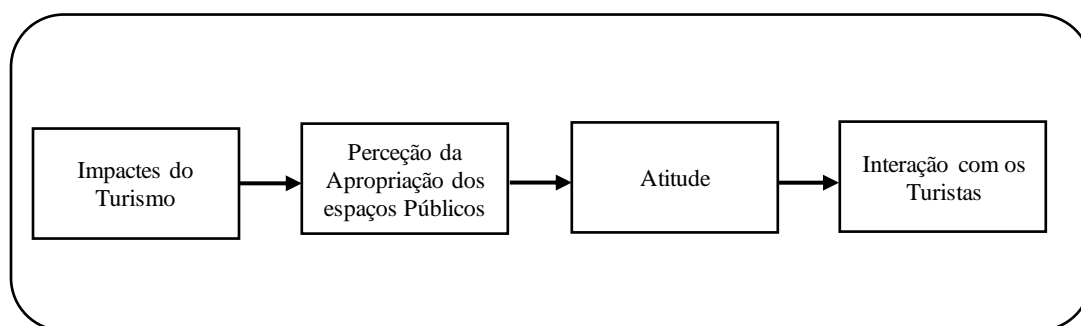
- i. a centralidade geográfica da atividade, esta situação, segundo os residentes, determina impactos negativos nos espaços, nomeadamente, ao nível do congestionamento e degradação dos recursos “atividade turística para além de estar centrada no centro da cidade só vende o típico da cidade, podia abranger outros produtos” (25F);
- i. a ausência de intervenção da comunidade residente nas políticas de planeamento público e na própria atividade, “um planeamento onde pudéssemos dar a nossa opinião” (4M), esta situação leva a que muitos residentes optem por ter atitudes negativas e de exclusão face aos turistas.

Outra lacuna interessante de se referir, na ótica dos residentes, diz respeito à “falta de infraestruturas que beneficiem tanto residentes como turistas” (30M). Os resultados obtidos neste estudo permitem, também, concluir que os principais fatores que influenciam as percepções dos residentes face à apropriação dos espaços são: a ligação ao bairro, o tempo de residência, o local de residência, a dependência económica da atividade turística e o grau de interação que os residentes estabelecem com os turistas. Por sua vez, observou-se, igualmente, uma associação entre a percepção positiva da

apropriação dos espaços e as atitudes favoráveis dos residentes face à presença dos turistas. Neste contexto, os residentes demonstram uma clara preocupação com a qualidade e conservação dos espaços, na medida em que, referem a ausência de sinalização adequada sobre as normas de uso dos espaços e de outros espaços a serem visitados, como forma de salvaguardar os atuais do desgaste já esperado.

Em suma, podemos concluir que as percepções dos impactes do turismo influenciam de forma direta as percepções da apropriação dos espaços públicos por parte dos residentes e como consequência, influenciam o tipo de atitude destes para com os turistas (Tabela 55).

**Tabela 55. Relação dos impactes do turismo com a apropriação e a atitude**



Fonte: Elaborada pelo autor.

Os resultados empíricos e o enquadramento teórico que esteve subjacente à construção do modelo metodológico da avaliação das percepções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas, originaram contribuições para o desenvolvimento do conhecimento nos domínios das percepções e das atitudes dos residentes face à apropriação turística dos espaços. Como consequência estes resultados representam um contributo relevante para a definição de estratégias de desenvolvimento turístico adequado ao nível da reestruturação e apropriação urbanas, a circunscrever não só no destino Aveiro, como também em qualquer destino turístico urbano.

## **7.2. Contributos da investigação**

Esta dissertação apresenta uma relevância ao nível do conhecimento sobre a relação entre o turismo e as comunidades locais. Na medida em que, permite conhecer as implicações económicas, culturais, sociais e ambientais, quer positivas quer

negativas, que a atividade turística proporciona nos destinos. Comprova-se a relevância em estudar as percepções e as atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços, na medida em que, a inclusão dos residentes, enquanto valor acrescentado para a atividade, nas definições de estratégias de desenvolvimento turístico para os destinos deve ser uma realidade. Os responsáveis pelo desenvolvimento de políticas e estratégias de desenvolvimento turístico da cidade, neste contexto, Aveiro, devem promover uma maior integração da comunidade local no processo de desenvolvimento turístico de modo a maximizar os benefícios e minimizar os custos da atividade turística, nomeadamente no contexto das apropriações socioespaciais. Isto porque, o planeamento em turismo não se deve resumir à organização do setor turístico só com a finalidade de responder à procura, mas também deve abranger as questões sociais subjacentes (Dencker, 2004), coordenar e controlar o desenvolvimento espontâneo do turismo, evitando deficiências e congestionamentos (Ruschmann, 2008).

Estas lacunas podem ser minimizadas, caso tenham se tenha em consideração a opinião e intervenção da população local, para que estes tenham oportunidades para de contribuir para a gestão e planeamento da atividade turística. Este tipo de turismo inclusivo deve ser uma realidade e não uma utopia direcionada para as elites, a atividade turística urbana deve ser reestruturada, em dois sentidos, o primeiro, no sentido de considerar as opiniões e anseios dos residentes locais, o segundo, no sentido de que o turismo não deve unicamente se direcionar para os interesses dos turistas, mas também para os interesses dos residentes. O turismo deve, portanto, respeitar e valorizar as experiências locais, procurando minimizar os impactes negativos ao nível local, os responsáveis pela gestão do destino devem atuar na consciencialização de todos os *stakeholders* envolvidos da necessidade de terem comportamentos responsáveis pela preservação e conservação dos espaços, só assim conseguirão potenciar comportamentos adequados no espaço junto dos turistas.

O planeamento dos destinos turísticos, deve ser visto como um processo crucial no turismo, com vista à coordenação eficiente e à integração das pessoas, recursos, produtos e serviços. Onde a maximização dos benefícios e minimização dos impactes negativos se premiam como objetivos e missão a efetivar, que alcançados determina o sucesso a longo prazo do próprio destino (Beerli & Martin, 2004; Getz, 1986; Inskip, 1994; Mason, 2003; Ruschmann, 2008). Isto porque, a par da conjuntura económica, a

conjuntura sociocultural, potencia o aumento da competitividade entre os destinos turísticos, como consequência, culmina na necessidade de implementar novos modelos de planeamento e gestão das áreas destino (Brandão & Costa, 2008). O turismo deve, então, por um lado corresponder às expectativas dos turistas, por outro, respeitar os direitos e desejos da população local.

Em suma, a relevância do trabalho desenvolvido nesta dissertação, para o aumento do conhecimento da relação entre o turismo, a comunidade residente e as questões da apropriação do espaço público, fundamenta-se através dos seguintes contributos, a saber:

- i. Compreender as implicações económicas, culturais, sociais e ambientais, quer positivas, quer negativas, que a atividade turística proporciona nos destinos;
- ii. Sistematizar a temática da apropriação dos espaços e associar a mesma ao contexto do turismo;
- iii. Compreender as características e a relevância em estudar as perceções e as atitudes dos residentes face às apropriações dos espaços públicos;
- iv. Sistematizar os principais fatores que influenciam as perceções e as atitudes dos residentes perante a apropriação dos espaços públicos;
- v. Considerar a opinião dos residentes face a possíveis estratégias com vista a minimizar os impactes da apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas;
- vi. Como consequência do contributo anterior, disponibilização de informações necessárias para a definição de planos e estratégias de desenvolvimento turístico que integrem a comunidade local;
- vii. Compreender a importância da interação entre residentes e turistas no apoio dos residentes ao desenvolvimento turístico;
- viii. Compreender a importância dos fatores sociodemográficos, assim como o tempo de residência e ligação à comunidade e como isso se reflete no apoio ao desenvolvimento turístico;
- ix. Identificação das necessidades e angústias da população local;
- x. Fornecer contributos para melhorar as reações dos residentes face, não só à apropriação dos espaços públicos, como também, face ao



desenvolvimento do turismo, uma vez que os gestores responsáveis poderão trabalhar para maximizar os impactes positivos do turismo e minimizar os impactes negativos percebidos pela comunidade residente.

### 7.3. Limitações da investigação

No que diz respeito às limitações encontradas no decorrer da elaboração desta investigação, e apesar de, no decorrer do processo, terem sido desenvolvidos procedimentos, numa tentativa de amenizar as dificuldades encontradas, nem sempre se obteve o nível de sucesso e qualidade pretendidos, nesta perspetiva o presente trabalho efetivou-se com algumas limitações, a saber:

A **primeira** limitação desta investigação está diretamente relacionada com o contexto temporal da pesquisa. Isto é, a aplicação dos inquéritos aos residentes ocorreu em setembro, um dos meses com mais afluência turística, esta evidência é pertinente de se ter em conta, na medida em que a sazonalidade da atividade turística pode interferir na formação das percepções e das atitudes dos residentes face ao turismo. Considera-se, que possivelmente, teria sido significativo inquirir os residentes em diferentes épocas.

Ainda no contexto da primeira limitação, a **segunda** prende-se com a dificuldade em conseguir-se a colaboração dos residentes no momento da aplicação dos inquéritos, possivelmente, esta negação em colaborar advém da falta de informação, conhecimento e confusão, de que os estudos direcionados para o turismo, mais concretamente as temáticas relacionais entre turistas e anfitriões, procuram, na verdade, minimizar os impactes que prejudicam os próprios residentes e não recolher informação para potenciar o crescimento do turismo ao nível local.

A **terceira** limitação desta investigação prende-se com as opções tomadas, no contexto das temáticas analisadas no enquadramento teórico. Isto porque, por um lado, dada a ausência de uma fundamentação teórica sólida que interligue as questões da apropriação e o turismo, por outro, a complexidade da temática em análise e a sua possível ligação com diferentes áreas disciplinares. Determinou, numa tentativa de justificar a observação e associação de tais conceitos e temáticas á questão chave da investigação, que determinadas temáticas não fossem exploradas com o nível de pormenor desejado.

### 7.3.1. Propostas de investigação futuras

No que diz respeito a possíveis projetos de investigação no contexto em análise desta dissertação, os mesmos permitiriam alargar o âmbito de análise a vários níveis, a saber:

- i. numa tentativa de compreensão mais aprofundada das diferentes perspetivas dos diversos indivíduos envolvidos no desenvolvimento dos destinos turísticos é necessário obter informação, não só dos residentes, mas também dos restantes *stakeholders* que integram o destino;
- ii. considera-se, também relevante a realização de estudos que procurem avaliar as influências das experiências passadas, no contexto do turismo, que justifiquem determinadas perceções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos;
- iii. dada a importância que é dada ao tipo de relação estabelecida entre o residente e o visitante, seria pertinente recolher a opinião dos turistas sobre esta relação;
- iv. igualmente pertinente seria elaborar um estudo relativo às questões de apropriação, mas direcionado à ótica dos turistas;
- v. poder-se-ia elaborar uma investigação sobre a apropriação dos espaços públicos em diferentes contextos urbanos, como forma de estabelecer uma comparação nos níveis socioespacial, comportamental e estrutural;
- vi. num contexto de propriedade privada, a questão da gentrificação e desalojamento poderia ser abordada com mais profundidade, dados os impactes ocorridos a nível local;
- vii. os dados apresentados nesta dissertação poderão ser utilizados para identificar segmentos de residentes homogéneos em termos de perceções e atitudes face aos impactes da apropriação dos espaços públicos;
- viii. por fim, considera-se também relevante a realização de projetos de investigação que permitam avaliar as reações dos residentes face à apropriação dos espaços pelo turismo nas diferentes épocas do ano.

## Referências bibliográficas

- Câmara Municipal de Aveiro. (2019). *Aveiro - Plano Estratégico para a Cultura 2019-2030*. Aveiro: CMA. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://www.cm-aveiro.pt/municipio/comunicacao/noticias/noticia/conheca-o-plano-estrategico-para-a-cultura-de-aveiro>
- Aalbers, M., & Christophers, B. (2014). Centring housing in political economy. *Housing, Theory and Society*, 31(4), 373-394. Obtido em 3 de junho de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14036096.2014.947082?scroll=top&needAccess=true>
- Abdelal, R., Herrera, Y., Johnston, A., & McDermott, R. (2005). Identity as a variable. *Perspectives on Politics*, 4(4), pp. 695-711. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://www.cambridge.org/core/journals/perspectives-on-politics/article/identity-as-a-variable/36F07FD5C688952C716FBFA4775A7BDD>
- Akan, P., & Kuvan, Y. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706. Obtido em 20 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517704001098>
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517796000660>
- Albalade, D., & Bel, G. (2010). Tourism and urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints. *Tourism Management*, 31(3), 425-433. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de [http://www.ub.edu/graap/TM\\_BELALBALADE.pdf](http://www.ub.edu/graap/TM_BELALBALADE.pdf)
- Alferes, V. (1997). *Investigação científica em psicologia: Teoria e prática*. Coimbra: Almedina.
- All About Portugal. (2017). [www.allaboutportugal.pt](http://www.allaboutportugal.pt). Obtido em 17 de 09 de 2019, de [allaboutportugal.pt: https://www.allaboutportugal.pt/pt/](https://www.allaboutportugal.pt/pt/)
- Allen, L., Long, P., & Perdue, R. (1990). Resident Support for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 17, 586-599. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839090029Q>
- Allen, L., Long, P., Perdue, R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism Development on Residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728758802700104>

- Allport, G. (1929). The study of personality by the intuitive method: An experiment in teaching from the locomotive god. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1 (24), 14-27. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://psycnet.apa.org/record/1930-00814-001>
- Altman, I., & Low, S. (1992). *Place attachment*. New York: Plenum Press.
- Alves, S. (2017). Requalificação e reabilitação do centro histórico do Porto. Scripta Nova. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 21 (557), 1-32. Obtido em 4 de Agosto de 2019, de <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/26700>
- Amin, A., & Thrift, N. (2007). Cultural-economy and cities. *Progress in Human Geography*, 31(2), 143-161. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0309132507075361>
- Amsden, B., Stedman, R., & Kruger, L. (2010). The creation and maintenance of sense of place in a tourism-dependent community. *Leisure Sciences*, 33, 32-51. Obtido em 15 de setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/254316948\\_The\\_Creation\\_and\\_Maintenance\\_of\\_Sense\\_of\\_Place\\_in\\_a\\_Tourism-Dependent\\_Community](https://www.researchgate.net/publication/254316948_The_Creation_and_Maintenance_of_Sense_of_Place_in_a_Tourism-Dependent_Community)
- Amuquandoh, F. (2009). Residents perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin, Ghana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 223-238. Obtido em 22 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669580903298531>
- Andereck, K., & Nyaupane, G. (2010). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50, 248-260. Obtido em 2 de Dezembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287510362918>
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). Residents perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), pp. 1056-1076. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738305000770>
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2007). *Estatística aplicada à administração e economia* (2 ed.). São Paulo: Cengage Learning.
- Andrade, L., & Baptista, L. (2015). Espaços públicos: interações, apropriações e conflitos. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, XXIV, 129-146. Obtido em 26 de Agosto de 2019, de <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/13341.pdf>
- Andriotis, K. (2005). Community Groups' Perceptions of and Preferences for Tourism Development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1 (29), 67-90. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1096348004268196>

- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42, 172-185. Obtido de [https://www.researchgate.net/publication/249701153\\_Urban\\_Residents'\\_Attitudes\\_Toward\\_Tourism\\_Development\\_The\\_Case\\_of\\_Crete](https://www.researchgate.net/publication/249701153_Urban_Residents'_Attitudes_Toward_Tourism_Development_The_Case_of_Crete)
- Ap, J. (1992). Residents perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 629-807. Obtido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738392900603>
- Ap, J., & Crompton, J. (1993). Residents strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 1(32), 47-50. Obtido de [https://www.researchgate.net/publication/249700858\\_Residents'\\_Strategies\\_for\\_Responding\\_to\\_Tourism\\_Impacts](https://www.researchgate.net/publication/249700858_Residents'_Strategies_for_Responding_to_Tourism_Impacts)
- Arantes, O. (1998). *Urbanismo em fim de linha e outros estudos sobre o colapso da modernização arquitetônica*. São Paulo: Universidade de São Paulo.
- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2002). The positive and negative impacts of tourism. Em W. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (pp. 79-102). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Areosa, J. (2009). Do risco ao acidente: Que possibilidades para a prevenção? *Revista Angolana de Sociologia*(4), 39-65. Obtido em 11 de Maio de 2019, de <https://pt.scribd.com/document/142986139/Joao-Areosa-Do-risco-ao-acidente>
- Arias-Sans, A., & Quaglieri-Domínguez, A. (2016). Unravelling airbnb. Urban perspectives from Barcelona. Em A. Russo, & G. Richards, *Reinventing the local in tourism. Travel communities and peer-produced place experiences* (pp. 209-280). London: Channel View.
- Ashworth, G. (1992). Is there an urban tourism? *Tourism, recreation research*, 17(2), 3-8. Obtido em 11 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.1992.11014645?journalCode=trrr> 20
- Ashworth, G. (2009). Questioning the urban in urban tourism. Em G. Serreli (Ed.), *Enhancing the City: New perspectives for Tourism and Leisure* (pp. 207-220). Plaats: Springer.
- Ashworth, G., & Page, S. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 2(3), 1-15. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517710000233>
- Ashworth, G., & Tunbridge, J. (1990). *The Tourist-Historic City*. London: Belhaven Press.
- Ashworth, G., & Tunbridge, J. (2000). *The tourist-historic city - Retrospect and prospect of managing the heritage city*. Amesterdão: Pergamon.
- Ashworth, G., & Voogd, H. (1990). *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*. London: Belhaven.

- Atkinson, R., & Bridge, G. (2005). *Introduction: Gentrification in a global context. The new urban colonialism*. (R. Atkinson, & G. Bridge, Edits.) London and New York: Routledge.
- Auge, M. (1995). *Non-places: Towards an anthropology of supermodernity*. London: Verso.
- Augé, M. (1999). *Pour une anthropologie des mondes contemporains*. Paris: Flammarion.
- Avecikurt, C., & Soybalı, H. (2002). Residents' attitudes towards tourism in Ayvalık, Turkey. *Tourism Analysis*, 6(3/4), 259-265. Obtido em 22 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/233488055\\_Residents'\\_Attitudes\\_Towards\\_Tourism\\_in\\_Ayvalik\\_Turkey](https://www.researchgate.net/publication/233488055_Residents'_Attitudes_Towards_Tourism_in_Ayvalik_Turkey)
- Ávila, M. (2009). Reflexões, conceitos e sustentabilidade. Em *Política e planejamento em cultura e turismo*. Ilhéus: Editus.
- Bahl, M. (2004). *Agrupamentos turísticos municipais*. Curitiba: Protexito.
- Balaguer, J., & Pernías, J. (2012). Relationship between spatial agglomeration and hotel prices. Evidence from business and tourism consumers. *Tourism Management*, 36, 391-400. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/241969039\\_Relationship\\_between\\_spatial\\_agglomeration\\_and\\_hotel\\_prices\\_Evidence\\_from\\_business\\_and\\_tourism\\_consumers](https://www.researchgate.net/publication/241969039_Relationship_between_spatial_agglomeration_and_hotel_prices_Evidence_from_business_and_tourism_consumers)
- Barcellos, C., & Moraes, C. (2017). Mobilidade urbana e turismo: Percepção dos residentes de Cabo Frio, Rio de Janeiro, Brasil. *Turismo & Desenvolvimento*(27/28), 2066. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6927994>
- Barata Salgueiro, T. (2017). Alojamentos Turísticos em Lisboa. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 21(578), 1-43.
- Barata Salgueiro, T.; Mendes, L. & Guimarães, P. (2017). Tourism and urban changes: lessons from Lisbon. In M. Gravary-Barbas & S. Guinand (Eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives* (pp.255-275). London: Routledge.
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo* (3 ed.). Lisboa: Edições 70.
- Barker, R. (1987). Prospecting in environmental psychology. Em D. Stokols, & I. Altman (Edits.), *Handbook of environmental psychology* (Vol. 2, pp. 1403-1432). New York: Wiley.
- Barnett, J. (2003). *Redesigning Cities: Principles, Practice, Implementation*. Chicago: Planners Press.
- Bastos, J., & Rueckert, R. (2011). A Gestão do turismo no espaço urbano: Algumas reflexões visando a sustentabilidade. V *Fórum Internacional de Turismo*. Iguassu, Brasil. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/2.-A-GEST%C3%83O-DO-TURISMO-NO-ESPA%C3%87O-URBANO-ALGUMAS-REFLEX%C3%95ES-VISANDO-A-SUSTENTABILIDADE.pdf>
- Bauman, Z. (2000). *Globalizacja*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

- Bauman, Z. (2003). *Trust and Fear in the City*. London: Goldsmiths College, University of London.
- Bauman, Z. (2007). *Liquid life*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Beato, C. (2008). *Planeamento do sector do turismo em centros urbanos*. Doctoral Dissertation, Universidade de Aveiro, Departamento de Engenharia e Gestão Industrial, Aveiro. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1848/1/2009001038.pdf>
- Beauregard, R. (1998). Tourism and economic development policy in US urban areas. Em D. Ioannides, & K. G. Debbage (Edits.), *The Economic Geography of the Tourist Industry*. London and New York: Routledge.
- Bec, A., McLennan, C., & Moyle, B. (2016). Community resilience to long-term tourism decline and rejuvenation: a literature review and conceptual model. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 431-457. Obtido em 24 de Agosto de 2019, de [https://epubs.scu.edu.au/bus\\_tourism\\_pubs/554/](https://epubs.scu.edu.au/bus_tourism_pubs/554/)
- Beerli, A., & Martin, J. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681. Obtido em 12 de Dezembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738304000349>
- Beerli, A., & Martin, J. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681. Obtido em 19 de Novembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738304000349>
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- Bell, D., & Jayne, M. (2009). Small Cities? Towards a Research Agenda. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 683-699. Obtido em 30 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2427.2009.00886.x>
- Berg, L. v., Borg, J. v., & Meer, J. v. (1995). *Urban tourism: Performance and strategies in eight European cities*. Avebury: Aldershot.
- Bernardo, F., & Palma, J. (2005). Place change and identity processes. Em *Medio Ambiente y Comportamiento Humano* (pp. 71-87). Resma.
- Bernardo, F., & Palma-Oliveira, J. (2012). Place identity: a central concept in understanding intergroup relationships in the urban. Em H. Casakin, & F. Bernardo (Edits.), *The Role of Place Identity in the Perception, Understanding, and Design of Built Environments* (pp. 35-46). Bentham.
- Bernini, C., & Cracolici, M. F. (2015). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behaviour. Em *Tourism Management* (Vol. 47, pp. 191-205).

- Besculides, A., Lee, M., & McCormick, P. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29, 303-319. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738301000664>
- Bettencourt, L. (2010). A morfologia urbana da cidade do funchal e os seus espaços públicos estruturantes. *Revista Lusófona de Urbanismo*(10). Obtido em 6 de Novembro de 2019, de <http://recil.grupolusofona.pt/handle/10437/2274>
- Bianchi, R. V. (2003). Place and power in tourism development: tracing the complex articulations of community and locality. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 1(1), 13-32. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <http://www.pasosonline.org/Publicados/1103/PS020103.pdf>
- Bianchini, F., & Parkinson, M. (Edits.). (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- Bidou-Zachariasen, C. (2006). *De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de "revitalização" dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume.
- Bisquerra, R. (1989). *Métodos de Investigación Educativa: Guía Práctica*. Barcelona: Ediciones.
- Blank, U., & Petkovich, M. (1979). *Minneapolis St. Pauls Travel Tourism*. Minneapolis : U of MN.
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação. Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. Porto: Porto Editora .
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação*. Porto: Porto Editora.
- Bolzoni, M. (July 13-19, 2014). Whose Street Is This? Commercial Gentrification, Symbolic Ownership and Legitimate Uses of Public Spaces in a Changing Neighbourhood of Turin. *XVIII ISA World Congress of Sociology*. Italy: ISA Conf. Obtido em 20 de setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/268107524\\_Whose\\_Street\\_Is\\_This\\_Commercial\\_Gentrification\\_Symbolic\\_Ownership\\_and\\_Legitimate\\_Uses\\_of\\_Public\\_Spaces\\_in\\_a\\_Changing\\_Neighbourhood\\_of\\_Turin\\_Italy](https://www.researchgate.net/publication/268107524_Whose_Street_Is_This_Commercial_Gentrification_Symbolic_Ownership_and_Legitimate_Uses_of_Public_Spaces_in_a_Changing_Neighbourhood_of_Turin_Italy)
- Bomfim, N. (1997). *A busca do espaço perdido: Percepção, representação e conceito de espaço geográfico no ensino da geografia*. Ilhéus: UFBA: UESC.
- Bomfim, N., & Argôlo, D. (2009). Identidade e atratividade do patrimônio cultural: uma contribuição para formatação de produtos turísticos preservados e valorizados pela comunidade local da costa do cacau. *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 297-305.
- Bonnes, M., Fornara, F., & Bonaiuto, M. (2006). Perceived residential environmental quality in middle and low extension Italian cities. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*(56),



- pp. 23-34. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1162908805000812>
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.
- Borja, J. (2006). Espaço público, condição da cidade democrática. A criação de um lugar de intercâmbio. *Arquitextos*.
- Borja, J., & Muxi, Z. (2000). *El Espacio Público: Ciudad y Ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Boullón, R. (1991). *Planificación del espacio turístico*. México: Trilhas.
- Bramwell, B. (1998). User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism Management*, 19(1), 35-47. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517797000915>
- Bramwell, B., & Sharman, A. (2000). Approaches to sustainable tourism planning and community participation: the case of Hope Valley. Em G. Richards, & D. Hall (Edits.), *Tourism and Sustainable Community Development* (pp. 17-35). London: Routledge.
- Brandão, A. F. (2007). *Os observatórios do turismo como meios de apoio à gestão e competitividade*. Master's Thesis, Universidade de Aveiro, DEGEI, Aveiro. Obtido em 20 de setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/278008906\\_Os\\_Observatorios\\_de\\_Turismo\\_com\\_o\\_Meios\\_de\\_Apoio\\_a\\_Gestao\\_e\\_a\\_Competitividade](https://www.researchgate.net/publication/278008906_Os_Observatorios_de_Turismo_com_o_Meios_de_Apoio_a_Gestao_e_a_Competitividade)
- Brandão, F., & Costa, C. (2008). Novas dinâmicas e novas formas de gestão para o sector do turismo ao nível local: o caso da criação de observatórios regionais de turismo. *I Seminário Turismo e Planeamento do Território*. Lisboa: At Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa. Obtido em 12 de Dezembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/278016241\\_Novas\\_dinamicas\\_e\\_novas\\_formas\\_de\\_gestao\\_para\\_o\\_sector\\_do\\_turismo\\_ao\\_nivel\\_local\\_o\\_caso\\_da\\_criacao\\_de\\_Observatorios\\_Regionais\\_de\\_Turismo](https://www.researchgate.net/publication/278016241_Novas_dinamicas_e_novas_formas_de_gestao_para_o_sector_do_turismo_ao_nivel_local_o_caso_da_criacao_de_Observatorios_Regionais_de_Turismo)
- Breda, Z. (2004). Avaliação do potencial de desenvolvimento turístico ao nível local - Uma proposta de metodologia aplicada ao concelho de Ílhavo. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1(1), 35-42. Obtido em 20 de setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/211102977\\_Avaliacao\\_do\\_potencial\\_de\\_desenvolvimento\\_turistico\\_ao\\_nivel\\_local\\_Uma\\_proposta\\_de\\_metodologia\\_aplicada\\_ao\\_concelho\\_de\\_Ilhavo](https://www.researchgate.net/publication/211102977_Avaliacao_do_potencial_de_desenvolvimento_turistico_ao_nivel_local_Uma_proposta_de_metodologia_aplicada_ao_concelho_de_Ilhavo)
- Breda, Z., & Costa, C. (2010). O Turismo enquanto agente de transformação sócio-espacial: O caso de Goa. *Revista Turismo e Desenvolvimento*(13/14), 27-39. Obtido em 20 de setembro de 2019, de [https://www.ua.pt/degeit/rtd/indice\\_rtd\\_n\\_1314\\_vol\\_1](https://www.ua.pt/degeit/rtd/indice_rtd_n_1314_vol_1)

- Brenner, N., & Theodore, N. (2002). Cities and the geographies of “actually existing neoliberalism. *A Radical Journal of Geography*, 34, 349-379. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-8330.00246>
- Brenner, N., Marcuse, P., & Mayer, M. (2012). *Cities for People, not for Profit*. (N. Brenner, P. Marcuse, & M. Mayer, Edits.) London and New York: Routledge.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital, and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D*, 9(4), 451-478. Obtido em 20 de setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/d090451>
- Broudehoux, A. (2004). *The making and selling of post-mao beijing*. New York and London: Routledge.
- Brougham, J., & Butler, R. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(8), 569-590. Obtido em 24 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738381900426>
- Brown, B., Perkins, D., & Brown, G. (2003). Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 23(3), 259-271. Obtido em 12 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494402001172>
- Brown, R. (2000). Social identity theory: past achievements, current problems and future challenges. *European Journal of Social Psychology*, 6(30), 745-778. Obtido em 30 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/1099-0992%28200011%2F2930%3A6%3C745%3A%3AAID-EJSP24%3E3.0.CO%3B2-O>
- Brunet, R. (1991). *Le territoire dans les turbulences*. Paris: Reclus.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente. *Annals of Tourism Research*, 1(2), 215-239. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/revista/3785/V/1>
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of Society*. Leicester, UK: Sage Publications Ltd.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517799000953>
- Burgess, P., & McKenzie, R. (1984). *The City*. Chicago: University of Chicago Press.
- Burns, P. M., & Novelli, M. (2007). *Tourism and Politics*. (P. M. Burns, & M. Novelli, Edits.) Philadelphia: Elsevier.
- Burns, R. (2000). *Introduction to research methods*. London: Sage.
- Buser, M., Bonura, C., Fannin, M., & Boyer, K. (2013). Cultural activism and the politics of place-making. City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action. *City: analysis*

- of urban trends, culture, theory, policy, action*, 17(5), 606-627. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13604813.2013.827840>
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area life cycle of evolution implications for management of resources. *Canadian Geografer*, 24(1), 5-12. Obtido em 24 de Outubro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/toc/15410064/1980/24/1>
- Butler, R. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental Conservation*, 18(3), 201-209. Obtido em 3 de Setembro de 2019, de <https://www.cambridge.org/core/journals/environmental-conservation/article/tourism-environment-and-sustainable-development/D3301F83A7BA477CC79BDBB900C6800F>
- Caldeira, A. (2006). *Atrações e gestão de visitantes: Uma abordagem de competitividade aplicada ao caso português*. Aveiro: Universidade de Aveiro. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1518/1/2007001390.pdf>
- Caldeira, T. (2000). *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo* (Vol. 34). São Paulo: EDUSP.
- Câmara Municipal de Aveiro. (2018). *Diagnóstico Social e Plano de Desenvolvimento Social do Município de Aveiro 2019-2021*. Aveiro: CMA. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <https://www.cm-aveiro.pt/municipio/comunicacao/noticias/noticia/plano-de-desenvolvimento-social-do-municipio-de-aveiro-2019-2021-e-plano-de-acao-2019>
- Câmara Municipal de Aveiro. (2019). [www.smiga.cm-aveiro.pt](http://smiga.cm-aveiro.pt). Obtido em 17 de 09 de 2019, de Smiga: <http://smiga.cm-aveiro.pt/VGE#>
- Campbell, S. (1996). Green cities, growing cities, just cities? Urban planning and the contradictions of sustainable development. *Journal of the American Planning Association*(62), 296-312. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944369608975696>
- Campelo, A., Aitken, R., Thyne, M., & Gnoth, J. (2014). Sense of place: The importance for destination branding. *Journal of Travel Research*, 53, 154-166. Obtido em 25 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0047287513496474>
- Caneday, L., & Zeiger, J. (1991). The social, economic, and environmental costs of tourism to a gambling community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 2(30), 45-49. Obtido em 24 de Junho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728759103000210>
- Canter, D. (1977). *The Psychology of Place*. London, UK: Architectural Press.
- Capron, G., & Haschar-Noé, N. (2007). Une approche processuelle de l'espace public urbain. Em G. Capron, & N. Haschar-Noé (Edits.), *L'espace public urbain: De L'Objet aux Processus de Construction* (pp. 7-20). Toulouse: Presses Universitaires du Mirail-Toulouse.

- Carmona, M., Tiesdell, S., Heath, T., & OC, T. (2003). *Public Places - Urban Spaces. The dimension of Urban Design*. Oxford: Architectural Press.
- Carneiro, M. J., & Eusébio, C. (2010). A importância da percepção dos residentes dos impactos do turismo e da interacção residente-visitante no desenvolvimento dos destinos turísticos. *International Meeting on Regional Science: The Future of the Cohesion Policy XXXVI Reunion de Estudios Regionales*. Badajoz - Elvas. Obtido em 12 de Junho de 2019, de [http://www.apdr.pt/evento\\_7/](http://www.apdr.pt/evento_7/)
- Carneiro, M. J., & Eusébio, C. (2015). Host-tourist interaction and impact of tourism on residents' - Quality of Life. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 25-34. Obtido em 27 de Junho de 2019, de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2182-84582015000100003&lng=en&nrm=i](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2182-84582015000100003&lng=en&nrm=i)
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L., & Stone, A. (1992). *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Castells, M. (1993). European Cities, the Informational Society, and the Global Economy. Em R. L. Gates, & F. Stout (Edits.), *The City Reader*. New York: Routledge.
- Castells, M. (1998). *The information age: economy, society and culture*. 3 v. Oxford; Cambridge: Blackwell. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (1999). *O Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Cavaco, C. (2005). Enquadramento Macroeconómico, mudança e crise; Novas formas de "habitar" os espaços rurais e o Turismo e as Novas Dinâmicas Territoriais. Em C. A. (org), *Geografia de Portugal: Actividades Económicas e Espaço Geográfico* (pp. 34-45). Rio de Mouro: Círculo de Leitores.
- Cavus, S., & Tanrisevdi, A. (2002). Residents attitudes toward tourism: A case study of Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis*, 3-4(7), 259-268. Obtido em 4 de Junho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/233503213\\_Residents'\\_attitudes\\_toward\\_tourism\\_development\\_A\\_case\\_study\\_in\\_Kusadasi\\_Turkey](https://www.researchgate.net/publication/233503213_Residents'_attitudes_toward_tourism_development_A_case_study_in_Kusadasi_Turkey)
- Cerqueira, E. (2014). The evolution of gentrification forms: Local commercial strategies and the parisian context. *Caderno Metrópole*, 16(32), 417-436. Obtido em 4 de Junho de 2019, de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_issuetoc&pid=2236-999620140002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issuetoc&pid=2236-999620140002&lng=en&nrm=iso)
- Chang, T., Milne, S., Fallon, D., & Pohlmann, C. (1996). Urban heritage tourism: The global-local nexus. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 284-305. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de [https://www.academia.edu/3352980/Urban\\_heritage\\_tourism\\_The\\_global-local\\_nexus](https://www.academia.edu/3352980/Urban_heritage_tourism_The_global-local_nexus)

- Chen, J. (2001). Assessing and visualizing tourism impacts from urban residents' perspectives. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(3), 235-250. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/247753470\\_Assessing\\_and\\_Visualizing\\_Tourism\\_Impacts\\_from\\_Urban\\_Residents'\\_Perspectives](https://www.researchgate.net/publication/247753470_Assessing_and_Visualizing_Tourism_Impacts_from_Urban_Residents'_Perspectives)
- Cherry, G. (1996). *Town planning in Britain since 1900: the rise and fall of the planning ideal*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Clark, M., Wood, R., Riley, M., & Wilkie, E. (1998). *Researching and writing dissertations in hospitality and tourism*. London: International Thomson Business Press.
- Clark, T. (2003). *The city as an entertainment machine*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Clavé, S. (1998). Tematización de la oferta recreativa - Consideraciones sobre parques temáticos y sobre tematización del patrimonio. Em *Estudios e Perspectivas en Turismo* (Vol. 7, pp. 193-216). Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Clerval, A. (2005). Les Bobos, Les bourgeois bohèmes. (M. Thiriaux, & A. Nabet, Trans.) *European Journal of Geography*, 314-324. Obtido em 22 de Junho de 2019, de <https://journals.openedition.org/cybergeog/766>
- Clifford, J. (2008). *Itinerarios Transculturales*. Barcelona: Gedisa.
- Coates, G. J., & Seamon, D. (1984). Toward a phenomenology of place and place-making: Interpreting landscape, lifeworld and aesthetics. *Oz*, 6(1), 6-9. Obtido em 27 de Junho de 2019, de <https://newprairiepress.org/oz/vol6/iss1/3/>
- Cocola-Gant, A. (2015). Tourism and commercial gentrification. *RC21 International Conference on "The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow's urban life"*. Urbino, Italy. Obtido em 24 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/313708294\\_Tourism\\_and\\_commercial\\_gentrification](https://www.researchgate.net/publication/313708294_Tourism_and_commercial_gentrification)
- Cocola-Gant, A. (2016a). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población*. Espanha: creative commons. Obtido em 12 de Junho de 2019, de <https://agustincocolagant.net/apartamentos-turisticos-hoteles-y-desplazamiento-de-poblacion/>
- Cocola-Gant, A. (2016b). Holiday Rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 1-9. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/307554257\\_Holiday\\_Rentals\\_The\\_New\\_Gentrification\\_Battlefront](https://www.researchgate.net/publication/307554257_Holiday_Rentals_The_New_Gentrification_Battlefront)

- Cocola-Gant, A. (2018). Tourism gentrification. Em L. Lees, & M. Phillips (Edits.), *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Coelho, R. (2014). *Lugares que se constroem: Identidade e conteúdos da identidade de lugar. Um estudo no periurbano da área metropolitana de lisboa*. Évora: Universidade de Évora. Obtido em 25 de junho de 2019, de <http://rdpc.uevora.pt/handle/10174/23123>
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. (T. J. Press, Ed.) *Social Research*, 39(1), 164-182. Obtido em 2 de Junho de 2019, de <https://www.jstor.org/stable/40970087>
- Colomb, C. (2011). *Staging the new Berlin - Place marketing and the politics of urban reinvention post-1989*. London: Routledge.
- Colomb, C. (2012). Pushing the urban frontier: temporary uses of space, city marketing and the creative city discourse in 2000s Berlin. *Journal of Urban Affairs*, 34(2), 131-152. Obtido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9906.2012.00607.x>
- Colomb, C., & Novy, J. (2016). Protest and resistance in the tourist city. Em C. Colomb, & J. Novy (Edits.), *Urban tourism and its discontents: an introduction* (1 ed., pp. 1-30). London: Routledge.
- Colomb, S. (August 1-4, 2012). A city for whom? urban tourism, neighbourhood conflicts and planning policy in Berlin and Barcelona. *Second ISA Forum of Sociology*. Buenos Aires: ISA. Obtido em Agosto de 12 de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/268093545\\_A\\_city\\_for\\_whom\\_Urban\\_tourism\\_n\\_eighbourhood\\_conflicts\\_and\\_planning\\_policy\\_in\\_Berlin\\_and\\_Barcelona](https://www.researchgate.net/publication/268093545_A_city_for_whom_Urban_tourism_n_eighbourhood_conflicts_and_planning_policy_in_Berlin_and_Barcelona)
- Comrey, A., & Lee, H. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2 ed.). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Conway, J., & Huffcutt, A. (2003). A review and evaluation of exploratory factor analysis practices in organizational research. *Organizational Research Methods*, 6(2), 147-168. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1094428103251541>
- Cooke, K. (1982). Guidelines for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of Tourism Research*, 21(1), 22-28. Obtido em 29 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728758202100106>
- Coon, D. (2006). *Introdução à psicologia: uma jornada*. (E. Kanner, H. Bononi, & S. Sonoi, Edits.) São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *Turismo: princípios e práticas*. Porto Alegre: Bookman.
- Corêa, R. (2006). *O Estudo da rede urbana*. Rio de Janeiro: Bertrand.

- Costa, A., Moreira, A., & Souza, F. (2011). Análise de dados qualitativos suportada pelo software WebQDA. *VII Conferência Internacional de TIC na Educação: Perspetivas de Inovação (CHALLENGES 2011), 12 e 13 de maio*, (pp. 49-56). Braga. Obtido em 22 de Novembro de 2019, de <https://www.webqda.net/wp-content/uploads/2016/05/AnaliseDadosQualitativos.pdf>
- Costa, C. (2001). An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research*, 3(6), 425-441. Obtido em 12 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/229638618\\_An\\_emerging\\_tourism\\_planning\\_paradigm\\_A\\_comparative\\_analysis\\_between\\_town\\_and\\_tourism\\_planning](https://www.researchgate.net/publication/229638618_An_emerging_tourism_planning_paradigm_A_comparative_analysis_between_town_and_tourism_planning)
- Costa, F., & Rocha, M. (2010). Geografia: Conceitos e paradigmas - apontamentos preliminares. *Revista de Geografia, Meio Ambiente e Ensino*, 1(2), 25-56. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <http://www.fecilcam.br/revista/index.php/geomae/article/view/12>
- Costa, N., & Martinotti, G. (2003). Sociological theories of tourism and regulation theory. Em L. Hoffman, S. Fainstein, & D. Judd (Edits.), *Cities and visitors: Regulating people, markets, and city space*. Oxford and New York: Blackwell.
- Crieking, M. (2009). Moving in/out of Brussels' historical core in the early 2000's: migration and the effects of gentrification. *Urban Studies*, 46(4), 825-848. Obtido em 13 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0042098009102131>
- Crieking, M., & Fleury, A. (2006). La ville branchée - Gentrification et dynamiques commerciales à Bruxelles et à Paris: The trendy city : Gentrification and retail dynamics in Brussels and Paris. *Belgeo*(1-2), 113-134. Obtido em 20 de Maio de 2019, de <https://journals.openedition.org/belgeo/10950>
- Crocker, L., & Algina, J. (1986). *Introduction to classical and modern test theory*. Orlando: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Cruz, R. (2000). *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- Cruz, R. (2003). *Introdução à Geografia do Turismo* (2º ed.). São Paulo: Roca.
- Culler, J. (1981). Semiotics of tourism. *American Journal of Semiotics*, 1(1-2), 127-140. Obtido em 21 de Maio de 2019, de <https://philpapers.org/rec/CULSOT-2>
- Cullingworth, J. B., & Nadin, V. (2006). *Town and country planning in the UK* (14 ed.). London: Routledge.
- Cunha, M. (1999). A intervenção na cidade existente. *Millenium*, 13. Obtido em 2 de Novembro de 2019, de [http://www.ipv.pt/millenium/pers13\\_6.htm](http://www.ipv.pt/millenium/pers13_6.htm)

- Davidson, M. (2008). Spoiled mixture: Where does state-led positive gentrification end? *Urban Studies*, 45(12), 2385-2405. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0042098008097105>
- Davidson, M. (2009). Displacement, space and dwelling: Placing gentrification debate. *Ethics Place and Environment*, 12(2), 219-234. Obtido em 23 de Julho de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13668790902863465>
- Davidson, M. (2009). Love thy neighbour? Social mixing in London's gentrification frontiers. *Environment and Planning*, 42(3), 524-544. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/a41379>
- Davidson, M., & Lees, L. (2005). New-build "gentrification" and London's riverside renaissance. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 37(7), 1165-1190. Obtido em 23 de Junho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/a3739>
- Davidson, M., & Lees, L. (2010). New-build gentrification: its histories, trajectories, and critical geographies. *Population, Space and Place*, 16(5), 395-411. Obtido em 21 de Maio de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/psp.584>
- Davis, S. (1999). Space jam media conglomerates build the entertainment city. *European Journal of Communication*, 4(14), 435-459. Obtido em 27 de Junho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323199014004001>
- Deák, C. (1985). *Rent theory and the price of urban land*. Doctoral Dissertation, King's College/University of Cambridge, Cambridge. Obtido em 22 de Maio de 2019, de [http://fau.usp.br/docentes/deprojeto/c\\_deak/CD/3publ/85r-thry/CD85rent.pdf](http://fau.usp.br/docentes/deprojeto/c_deak/CD/3publ/85r-thry/CD85rent.pdf)
- Degen, M. (2004). Barcelona's games: The olympics, urban design, and global tourism. Em M. Sheller, & J. Urry (Edits.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* (pp. 131-142). London: Routledge.
- Delgadillo, V. (2015). Património urbano, turismo y gentrificación. Em V. Delgadillo, I. Díaz, & L. Salinas (Edits.), *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina* (pp. 113-132). Coyoacán: UNAM.
- Delgado, M. (2013). O espaço público como representação - Espaço urbano e espaço social em Henri Lefebvre. *Conferência A Cidade Resgatada, 15 de maio*. Museu de Serralves, Porto: (org.) OASRN . Obtido em 29 de Junho de 2019, de [https://www.revistapunkto.com/2014/01/o-espaco-publico-como-representacao\\_9694.html](https://www.revistapunkto.com/2014/01/o-espaco-publico-como-representacao_9694.html)
- Demazière, D., & Dubar, C. (1997). *Analyser les entretiens biographiques: l'exemple de récits d'insertion*. Paris: Éditions NATHAN.
- Dencker, A. (2004). *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Editora Thomson.



- DeVerteuil, G. (2011). Evidence of gentrification-induced displacement among social services in London and Los Angeles. *Urban Studies*, 48(8), 1563-1580.
- DeVerteuil, G. (2011). Survive but not thrive? Geographical strategies for avoiding absolute homelessness among immigrant communities. *Journal Social & Cultural Geography*, 12(8), 929-945. Obtido em 30 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14649365.2011.624279>
- DeVerteuil, G. (2012). Resisting gentrification-induced displacement: Advantages and disadvantages to 'staying put' among non-profit social services in London and Los Angeles. *Area*, 44(2), 208-216. Obtido em 30 de Maio de 2019, de <https://www.jstor.org/stable/23251536>
- DeVerteuil, G., & Manley, D. (2017). Overseas investment into London: Imprint, impact and pied-à-terre urbanism. *Environment and Planning A*, 49(6), 1308-1323.
- Dias, R. (2003). *Sociologia do turismo*. São Paulo: Atlas.
- Dichter, A., & Manzo, G. (2017). *Coping with success - Managing overcrowding in tourism destinations*. London: McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council. Obtido em 30 de Maio de 2019, de <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations>
- DiMéo, G. (1996). *Les territoires du quotidien*. Paris: L'Harmattan.
- Dixon, J., & Durrheim, K. (2000). Displacing place identity: A discursive approach to locating self and other. *British Journal of Social Psychology*, 39(1), 27-44. Obtido em 20 de Junho de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1348/014466600164318>
- Domingues, A., & Cabral, J. (2002). *Políticas urbanas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Donaldson, R. (2009). The making of a tourism-gentrified town: Greyton. *Geography*, 94(2), pp. 88-99. Obtido em 22 de Julho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/280018812\\_The\\_making\\_of\\_a\\_tourism-gentrified\\_town\\_Greyton\\_South\\_Africa](https://www.researchgate.net/publication/280018812_The_making_of_a_tourism-gentrified_town_Greyton_South_Africa)
- Donovan, M. (2008). Informal cities and the contestation of public space: the case of Bogota street vendors, 1988-2003. *Urban Studies*, 45(1), 29-51. Obtido em 22 de Julho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0042098007085100>
- Droseltis, O., & Vignoles, V. (2010). Toward an integrative model of place identification: Dimensionality and predictors of intrapersonal-level place preferences. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 23-34. Obtido em 19 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494409000474>

- Duarte, A., & Júnior, J. (2006). O turismo como apropriação do território e modificador dos seus usos. *Pretexto*, 7(1). Obtido em 22 de Maio de 2019, de <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/426>
- Duhamel, P. (2008). Holiday communities - Definition of a new type of place for tourism out of the Côte d'Albâtre case study (Normandy). *Norois*, 206(1), 21-36. Obtido em 20 de Outubro de 2019, de <http://journals.openedition.org/norois/241> ; DOI : 10.4000/norois.241
- Dyck, I. (2005). Feminist geography, the 'everyday', and local-global relations: Hidden spaces of placemaking. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 49(3), 233-243. Obtido em 22 de Junho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/227735319\\_Feminist\\_geography\\_the\\_'everyday'\\_and\\_local-global\\_relations\\_Hidden\\_spaces\\_of\\_place-making](https://www.researchgate.net/publication/227735319_Feminist_geography_the_'everyday'_and_local-global_relations_Hidden_spaces_of_place-making)
- Dymnicka, M. (2008). Fragmentation of public space: Attempts at recomposition. *Studia Regionalne i Lokalne*, 33-52. Obtido em 22 de Setembro de 2019, de <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=37529>
- Edwards, D., Griffin, A., Hayllar, B., Dickson, T., & Schweinsberg, S. (2009). *Understanding tourism experiences and behaviour in cities: An australian case study*. Faculty of Business, School of Management. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd. Obtido em 29 de Setembro de 2019, de <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/16847/1/2010002806OK.pdf>
- Eisinger, P. (2000). The politics of bread and circuses: building the city for the visitor class. *Urban Affairs*, 35(3), 316-333. Obtido em 26 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107808740003500302>
- Ek, R., Larsen, J., Hornskov, S., & Mansfeldt, O. (2008). A dynamic framework of tourist experiences: Space-time and performances in the experience economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(2), 122-140. Obtido em 26 de Outubro de 2019, de [https://www.academia.edu/1065391/A\\_dynamic\\_framework\\_of\\_tourist\\_experiences\\_Space-time\\_and\\_performances\\_in\\_the\\_experience\\_economy](https://www.academia.edu/1065391/A_dynamic_framework_of_tourist_experiences_Space-time_and_performances_in_the_experience_economy)
- Eraqi, M. (2007). Communities' attitudes towards impacts of tourism development in Egypt. *Tourism Analysis*, 12(3), 191-200. Obtido em 30 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/228424288\\_Local\\_Communities'\\_Attitudes\\_Towards\\_Impacts\\_of\\_Tourism\\_Development\\_in\\_Egypt](https://www.researchgate.net/publication/228424288_Local_Communities'_Attitudes_Towards_Impacts_of_Tourism_Development_in_Egypt)
- Espiner, S., Orchiston, C., & Higham, J. (2017). Resilience and sustainability: a complementary relationship? Towards a practical conceptual model for the sustainability-resilience nexus in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1385-1400. Obtido em 18 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2017.1281929>

- European Commission . (2000). *Towards quality urban tourism: integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations*. Obtido em 24 de Setembro de 2019, de [https://ec.europa.eu/growth/content/towards-quality-urban-tourism-integrated-quality-management-iqm-urban-tourist-destinations-0\\_en](https://ec.europa.eu/growth/content/towards-quality-urban-tourism-integrated-quality-management-iqm-urban-tourist-destinations-0_en)
- Eusébio, C. (2006). *Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional: O caso da região centro de Portugal*. Doctoral Dissertation, Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro. Obtido em 27 de Junho de 2019, de <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1839/1/2007000092>
- Eusébio, C., & Carneiro, M. (2012). Impactos Socioculturais em Destinos Urbanos. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais, 2º Quadrimestre*(30), 65-75. Obtido em 18 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/248702817\\_Impactos\\_socioculturais\\_do\\_turismo\\_em\\_destinos\\_urbanos](https://www.researchgate.net/publication/248702817_Impactos_socioculturais_do_turismo_em_destinos_urbanos)
- Eusébio, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. (2003). A relevância da investigação no ensino do turismo: algumas estratégias de intervenção na realização de inquéritos. *Actas das 3as Jornadas Ibéricas do Turismo*. Coimbra 1 a 3 de maio: Instituto Politécnico de Coimbra/ Escola Superior de Educação. Obtido em 22 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/259231126\\_A\\_relevancia\\_da\\_investigacao\\_no\\_ensino\\_do\\_turismo\\_algumas\\_estrategias\\_de\\_intervencao\\_na\\_realizacao\\_do\\_inquerito](https://www.researchgate.net/publication/259231126_A_relevancia_da_investigacao_no_ensino_do_turismo_algumas_estrategias_de_intervencao_na_realizacao_do_inquerito)
- Evans, G. (2001). *Cultural planning: An urban renaissance?* London: Routledge.
- Fabrigar, L., Wegener, D., Maccallum, R., & Strahan, E. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272-299. Obtido em 11 de Agosto de 2019, de <https://psycnet.apa.org/record/1999-03908-004>
- Fainstein, S., & Gladstone, D. (1999). Evaluating Urban Tourism. In: The tourist city, New Haven and London. Em D. R. Judd, & S. Fainstein (Edits.), *The tourist city* (pp. 21-34). New Haven and London: Yale University Press.
- Fainstein, S., Hoffman, L., & Judd, D. (2003). *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*. Oxford and New York: Blackwell.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28. Obtido em 28 de Outubro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669589708667273>
- Fernandes, A. T. (1992). Espaço social e suas representações. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da UP*, 2(1), 61-99. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <http://ojs.letras.up.pt/index.php/Sociologia/article/view/2614>
- Field, A. (2005). Reliability analysis. Em *Discovering Statistics Using spss* (2 ed.). London: Sage.

- Finn, M., Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Fletcher, A. M. (2016). Place-making through beer-drinking: a case studies of Montana's craft breweries. *Geographical Review*, 106(4), 539-566. Obtido em 22 de Agosto de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1931-0846.2016.12184.x>
- Ford, J., Maccallum, R., & Tait, M. (1986). The application of exploratory factor analysis in applied psychology: a critical review and analysis. *Personnel Psychology*, 39(2), 291-324. Obtido em 12 de Junho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/227656338\\_The\\_Application\\_of\\_Exploratory\\_Factor\\_Analysis\\_in\\_Applied\\_Psychology\\_A\\_Critical\\_Review\\_and\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/227656338_The_Application_of_Exploratory_Factor_Analysis_in_Applied_Psychology_A_Critical_Review_and_Analysis)
- Fox, D. (1981). *El proceso de investigación en educación*. Pamplona, Espanha: EUNSA.
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784. Obtido em 12 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738399001036>
- Freeman, C., & Cheyne, C. (2008). Coasts for sale: Gentrification in new Zealand. *Planning Theory & Practice*, 9(1), 33-56. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14649350701843846?journalCode=rptp20>
- Frenzel, F., Koens, K., & Steinbrink, M. (2012). *Slum tourism: Poverty, power and ethics*. London: Routledge.
- Friedmann, J. (1973). *Social justice and the city*. London: University of Georgia Press.
- Friedmann, J. (1987). *Planning in the public domain: From knowledge to action*. New Jersey: Princeton University Press.
- Friedmann, J. (1992). *The right to the city rethinking the latin american city*. (R. Morse, & J. Hardoy, Edits.) Washington: Woodrow Wilson Center Press.
- Füller, H., & Michel, B. (2014). Stop being a tourist! New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318. Obtido em 23 de Junho de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2427.12124>
- Furtado, C. (2014). Intervenção do Estado e (re)estruturação urbana: Um estudo sobre gentrificação. *Cadernos Metrópole*, 16(32), 341-363. Obtido em 21 de Setembro de 2019, de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2236-99962014000200341&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2236-99962014000200341&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Gago, A., & Cocola-Gant, A. (2019). O alojamento local e a gentrificação turística em Alfama, Lisboa. Em *A nova questão da habitação em Portugal, uma abordagem de economia política* (pp. 143-170). Lisboa: Conjuntura Actual.

- Garcia, P. (2017). Ruins in the landscape: Tourism and the archaeological heritage of chinchero. *Journal of Material Culture*, 22(3), 317-333. Obtido em 2 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1359183517702932>
- García-Palomares, J., Gutiérrez, J., & Mínguez, C. (2015). Identification of tourist hot spots based on social networks: a comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography*, 63, 408-417. Obtido em 19 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0143622815001952>
- Garson, G. (2012). *Testing statistical assumption*. North Carolina: Statistical Associates Publishing.
- Gaspar, J. (2005). "Cidade e urbanização no virar do milénio" in *Homenaje a Joaquín González Vecín*. Universidad de León, Departamento de Geografía. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5046651>
- Gastal, S. (2006). *Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio*. Campinas: Papirus.
- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. *Tourism management*, 7(1), 21-32. Obtido em 12 de Dezembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517786900543>
- Getz, D. (1993). Planning for tourism business districts. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 583-600. Obtido em 20 de Setembro de 2019, de <https://eurekamag.com/research/002/458/002458682.php>
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (1997). *O inquérito - teoria e prática* (3 ed.). Oeiras: Celta Editora.
- Gilbert, D., & Clark, M. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford. *Cities*, 14(6), 343-352. Obtido em 2 de Novembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275197000255>
- Girard, T., & Gartner, W. (1993). Second home second view: Host community perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 685-700. Obtido em 29 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839390091G>
- Given, L. (2008). *The sage encyclopedia of qualitative research methods*. London: Sage.
- Gladstone, D., & Préau, J. (2008). Gentrification in tourist cities: Evidence from new orleans before and after hurricane katrina. *Housing Policy Debate*, 19(1), 137-175. Obtido em 12 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/255604657\\_Gentrification\\_in\\_tourist\\_cities\\_Evidence\\_from\\_New\\_Orleans\\_before\\_and\\_after\\_Hurricane\\_Katrina](https://www.researchgate.net/publication/255604657_Gentrification_in_tourist_cities_Evidence_from_New_Orleans_before_and_after_Hurricane_Katrina)
- Glass, R. (1964). *Aspects of change*. London: MacGibbon & Kee.

- Goeldner, C., & Ritchie, J. B. (2008). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (11 ed.). Eleventh Edition.
- Goeldner, C., Ritchie, J. B., & McIntosh, R. (2000). *Tourism: principles, practices, philosophies* (8 ed.). Toront: Wiley.
- Goldberg, L., & Digman, J. (1994). Revealing structure in the data: Principles of exploratory factor analysis. Em S. Strack, & M. Lorr (Edits.), *Differentiating normal and abnormal personality* (pp. 216-242). New York: Springer Publishing Company.
- Golledge, R., & Stimson, R. (1997). *Spatial behavior: A geographic perspective*. New York: Guilford Press.
- Gonçalves, A. (2006). Estruturas espaciais e práticas sociais: o caso da cidade do porto. Em C. B. (org.), *Relações sociais de espaço: Homenagem a Jean Remy*. Lisboa: Edições Colibri.
- Gorsuch, R. (1983). *Factor analysis* (2 ed.). Hillsdale: Erlbaum.
- Gorsuch, R. (1997). Exploratory factor analysis: its role in item analysis. *Journal of Personality Assessment*, 68(3), 532-560. Obtido em 29 de Junho de 2019, de [https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327752jpa6803\\_5?journalCode=hjpa20](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327752jpa6803_5?journalCode=hjpa20)
- Gospodini, A., & Loukissas, P. (1998). Sustainable tourist development of Chora of Myconos: Controlling the abuse of public open space and the aesthetic pollution of the edifices. *international conference in Sustainable development in the Islands - The roles of research and higer education congress, MayAegean University, National Technical University of Athens, andDemocritus University ofThrace*, (pp. 565-574). Rhodes, Greece, 1-5 May 1998.
- Gotham, K. (2005). Tourism gentrification: The case of neworleans' vieux carre (french quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121. Obtido em 25 de Junho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/00420980500120881>
- Gottdiener, M. (2001). *The theming of America: American dreams, media fantasies, and themed environments* (2 ed.). Boulder: Westview Press.
- Gravari-Barbas, M., & Guinand, S. (2017). *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. London: Routledge.
- Gravari-Barbas, M., & Jacquot, S. (2017). No conflict? Discourses and management of tourism-related tensions in Paris. Em C. Colomb, & J. Novy (Edits.), *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 31-51). Routledge Taylor and Francis Group.
- Gray, D. (2004). *Doing research in the real world*. London: Sage.
- Greenberg, M. (2008). *Branding New York: How a city in crisis was sold to the world*. London and New York: Routledge.

- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism. *Tourism Management*, 29(4), 637-647. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001537>
- Guadagnoli, E., & Velicer, W. (1988). Relation of sample size to the stability of component patterns. *Psychological Bulletin*, 103(2), 265-275. Obtido em 12 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/19793365\\_Relation\\_of\\_Sample\\_Size\\_to\\_the\\_Stability\\_of\\_Component\\_Patterns](https://www.researchgate.net/publication/19793365_Relation_of_Sample_Size_to_the_Stability_of_Component_Patterns)
- Guerra, I. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo*. Estoril: Principia Editora.
- Guimarães, R., & Cabral, J. (2010). *Estatística* (2 ed.). Lisboa: Verlag Dashöfer.
- Gunn, C. (2002). *Tourism Planning* (4 ed.). Nova Iorque: Routledge.
- Gurran, N., & Phibbs, P. (2017). When tourists move in: How should urban planners respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association*, 83(1), 80-92. Obtido em 20 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01944363.2016.1249011>
- Gursoy, D., & Jurowski, C. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312. Obtido em 30 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/222199548\\_Distance\\_effects\\_on\\_residents'\\_attitudes\\_toward\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/222199548_Distance_effects_on_residents'_attitudes_toward_tourism)
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: an improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738304000362>
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29, 79-105.
- Gutiérrez, J., García-Palomares, J. C., Romanillos, G., & Salas-Olmedo, M. H. (2017). The eruption of Airbnb in tourist cities: comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291.
- Hackworth, J. (2002). Postrecession gentrification in New York city. *Urban Affairs Review*, 37(6), 815-843. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107874037006003>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2009). *Análise multivariada de dados* (6 ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Haley, A., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668. Obtido em 12 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738305000617>
- Hall, C. (1994). *Tourism and politics: Policy, power, and place*. Chichester: Wiley.
- Hall, C. (2000). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Harlow: Prentice Hall.

- Hall, C., & Page, S. (2002). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, place and space* (2 ed.). Londo, New York: Routledge.
- Hall, P. (2002). *Cities of tomorrow: an intellectual history of urban planning and design in the twentieth century* (3 ed.). Oxford: Blackwell.
- Hall, T., & Hubbard, P. (1998). *The entrepreneurial city: Geographies of politics, regime and representation*. Wiley: Chichester.
- Hallak, R., Brown, G., & Lindsay, N. (2012). The place identity - performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis. *Tourism Management*, 33(1), 143-154. Obtido em 7 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517711000574>
- Hamnett, C. (1991). The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 16(2), 173-189. Obtido em 29 de Maio de 2019, de <https://www.jstor.org/stable/pdf/622612.pdf?seq=1/analyze>
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526. Obtido em 7 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738395000755>
- Harner, J. (2001). Place identity and copper mining in Sonora, Mexico. *Annals of the Association of American Geographers*, 91(4), 660-680. Obtido em 28 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/0004-5608.00264>
- Harril, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266. Obtido em 3 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0885412203260306>
- Harrill, R., & Potts, T. (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3), 233-244. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944360308978017>
- Harvey, D. (1981). The urban process under capitalism. Em M. Dear, & A. J. Scott, *Urbanization and urban planning in capitalist societies* (pp. 91-122). New York: Methen Publishing.
- Harvey, D. (1985). *Consciousness and the urban experience: Studies in the history and theory of capitalist urbanization*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Harvey, D. (1989a). From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler*, 71(1), 3-17. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://www.jstor.org/stable/490503>
- Harvey, D. (1989b). *The urban experience*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.



- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Massachusetts: Blackweel Publishers Press.
- Harvey, D. (1999). *The limits to capital*. New York: Verso.
- Harvey, D. (2000). *Spaces of hope*. California : Edinburgh U. P.
- Harvey, D. (2001). *Spaces of capital: Towards a critical geography*. London and New York: Routledge.
- Harvey, D. (2002). The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture. Em C. Leys, & L. Panitch (Edits.), *A World of Contradictions: Socialist Register*. Pontypool: Monthly Review Press. Obtido em 19 de Setembro de 2019, de <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5778/2674>
- Harvey, D. (2003). The right to the city. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(4), 939-941. Obtido em 19 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.0309-1317.2003.00492.x>
- Häussermann, H., & Colomb, C. (2003). The New Berlin: marketing the city of dreams. Em L. Hoffman, S. Fainstein, & D. R. Judd (Edits.), *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space* (pp. 200-218). Oxford: Blackwell.
- Hay, R. (2006). Becoming ecosynchronous, part 2. Achieving sustainable development via personal development. *Sustainable Development*, 14(1), 1-15. Obtido em 3 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/227650629\\_Becoming\\_ecosynchronous\\_Part\\_2\\_Achieving\\_sustainable\\_development\\_via\\_personal\\_development](https://www.researchgate.net/publication/227650629_Becoming_ecosynchronous_Part_2_Achieving_sustainable_development_via_personal_development)
- Hayes, M. (2015). Hayesthe universe of the hacienda: lifestyle migration, individualism and social dislocation in Vilcabamba, Ecuador. *Journal of Latin American Geography*, 14(1), 79-100. Obtido em 9 de Maio de 2019, de <https://digitalcommons.lsu.edu/jlag/vol14/iss1/7/>
- Hayes, M. (2015). Introduction: the emerging lifestyle migration industry and geographies of transnationalism, mobility and displacement in latin America. *Journal of Latin American Geography*, 14(1), 7-18. Obtido em 5 de Maio de 2019, de <https://app.dimensions.ai/details/publication/pub.1009174955>
- Hayllar, B., & Griffin, T. (2005). The precinct experience: a phenomenological approach. *Tourism Management*, 26(4), 517-528. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517704000755>
- Healey, P. (2005). Place, identity and governance: Transforming discourses and practices. Em J. Hillier, & E. Rooksby (Edits.), *Habitats: A sense of place* (2 ed., pp. 189-218). Aldershot, UK: Ashgate.

- Henderson, K. (2011). Post-Positivism and the pragmatics of leisure research. *Leisure Sciences*, 33(4), 341-346. Obtido em 8 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01490400.2011.583166>
- Henriques, C. (2003). *Turismo, cidade e cultura: Planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Henwood, K., & Pidgeon, N. (1992). Qualitative research and psychological theorizing. *British Journal of Psychology*, 83(1), 97-111. Obtido em 27 de Novembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.2044-8295.1992.tb02426.x>
- Hernández, B., Hidalgo, M., Salazar-Laplace, E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and no-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310-319. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494407000515>
- Hernández, M. (2003). *Turismo y conjuntos monumentales: Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Herrera, L., Smith, N., & Vera, M. (2007). Gentrification, displacement, and tourism in Santa Cruz de Tenerife. *Urban Geography*, 28(3), 276-298. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2747/0272-3638.28.3.276>
- Herzfeld, M. (2006). Spatial cleansing: Monumental vacuity and the idea of the West. *Journal of Material Culture*, 11(1-2), 127-149. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1359183506063016>
- Hester, R. (1993). Sacred structures and everyday life: A return to Manteo, North Carolina. Em D. Seamon (Ed.), *Dwelling, seeing and designing: Toward a phenomenological ecology* (pp. 271-297). Albany: State University of New York Press.
- Hidalgo, M., & Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281. Obtido em 20 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S027249440190221X>
- Hiernaux-Nicolas, D., & Gómez, I. (2014). Turismo y gentrificación: Pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5784344>
- Hill, M., & Hill, A. (2005). *Investigação por Questionário* (2 ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Hines, J. (2010). Rural gentrification as permanent tourism: The creation of the 'new' west archipelago as postindustrial cultural space. *Environment and Planning D Society and Space*, 28(3), 509-525. Obtido em 12 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/240505286\\_Rural\\_gentrification\\_as\\_permanent\\_tourism\\_the\\_creation\\_of\\_the\\_'New'\\_West\\_Archipelago\\_as\\_postindustrial\\_cultural\\_space](https://www.researchgate.net/publication/240505286_Rural_gentrification_as_permanent_tourism_the_creation_of_the_'New'_West_Archipelago_as_postindustrial_cultural_space)

- Hoffman, L. (2003). The marketing of diversity in the inner city: Tourism and regulation in Harlem. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), 286-299. Obtido em 12 de Junho de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2427.00448>
- Holloway, J. (2002). *The business of tourism* (6 ed.). London, New York: Prentice Hall.
- Hora, H., Monteiro, G., & Arica, J. (2010). Confiabilidade em questionários para qualidade: Um estudo com o coeficiente Alfa de Cronbach. *Produto e Produção*, 11(2), 85-103. Obtido em 22 de Junho de 2019, de <https://seer.ufrgs.br/ProdutoProducao/article/view/9321>
- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287509346859>
- Hultman, J., & Hall, C. (2012). Tourism place-Making: Governance of locality in Sweden. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 447-570. Obtido em 29 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738311001137>
- Hunt, M., & Crompton, J. (2008). Investigating attraction compatibility in an east Texas city. *International Journal of Tourism Research*, 10(3), 237-246. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/227652755\\_Investigating\\_Attraction\\_Compatibility\\_in\\_an\\_East\\_Texas\\_City](https://www.researchgate.net/publication/227652755_Investigating_Attraction_Compatibility_in_an_East_Texas_City)
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867. Obtido em 22 de Julho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738397000364>
- Husbands, W. (1989). Social status and perception of tourism in Zambia. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 237-253. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738389900704>
- Igea, D., Agustin, J., Beltrán, A., & Martin, A. (1995). *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Dykinson.
- Ignarra, L. (1999). *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira.
- Ilkay, Y. (2016). *(Re)Production and appropriation of open public space: Representational moments for urban green in Ankara*. Doctoral dissertation, Middle East Technical University, School of Social Sciences - Urban Policy Planning and Local , Middle East. Obtido em 27 de Maio de 2019, de <http://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12619891/index.pdf>
- Indovina, F. (2002). O espaço público: Tópicos sobre a sua mudança. *Revista Cidades, Comunidades e Territórios*(5), 119-123. Obtido em 11 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/308270865\\_O\\_Espaco\\_Publico\\_Topicos\\_sobre\\_a\\_sua\\_Mudanca](https://www.researchgate.net/publication/308270865_O_Espaco_Publico_Topicos_sobre_a_sua_Mudanca)

- INE. (2012). *Recenseamento Geral da População Portugal - Censos 2011*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística. Obtido em 2 de Junho de 2019, de [https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos\\_pesquisa&frm\\_accao=PESQUISAR&frm\\_show\\_page\\_num=1&frm\\_modos\\_pesquisa=PESQUISA\\_SIMPLES&frm\\_texto=&frm\\_modos\\_texto=MODO\\_TEXTO\\_ALL&frm\\_data\\_ini=&frm\\_data\\_fim=&frm\\_tema=QUALQUER\\_TEMA&frm\\_area=o\\_ine\\_are](https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos_pesquisa&frm_accao=PESQUISAR&frm_show_page_num=1&frm_modos_pesquisa=PESQUISA_SIMPLES&frm_texto=&frm_modos_texto=MODO_TEXTO_ALL&frm_data_ini=&frm_data_fim=&frm_tema=QUALQUER_TEMA&frm_area=o_ine_are)
- INE. (2019). *Estatísticas do Turismo 2018*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística. Obtido em Julho de 2 de 2019, de [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=358629548&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=358629548&PUBLICACOESmodo=2)
- Inskeep, E. (1994). *National and regional tourism planning: methodologies and case studies*. London: Routledge.
- Inskeep, E. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism* (Vol. 1). Madrid: UNWTO.
- Jackson, J. (1994). *A sense of place: A sense of time*. New Haven: Yale University Press.
- Jackson, M., & Inbakaran, R. (2006). Evaluating residents' attitudes and intention to act towards tourism development in regional Victoria, Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 355-366. Obtido em 22 de Julho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/229505987\\_Evaluating\\_residents'\\_attitudes\\_and\\_intentions\\_to\\_act\\_towards\\_tourism\\_development\\_in\\_regional\\_Victoria\\_Australia](https://www.researchgate.net/publication/229505987_Evaluating_residents'_attitudes_and_intentions_to_act_towards_tourism_development_in_regional_Victoria_Australia)
- Jacobs, A., & Appeyard, D. (1987). Towards an urban design manifesto. *Journal of the American Planning Association*, 53(1), 112-120. Obtido em 17 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944368708976642?src=recsys>
- Janoschka, M., Sequera, J., & Salinas, L. (2014). Gentrification in Spain and Latin America - a critical dialogue. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1234-1265. Obtido em 22 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2427.12030>
- Jansen-Verbeke, M., & Rekom, J. v. (1996). Scanning museum visitors: Urban tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 364-375. Obtido em 27 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738395000763>
- Jayne, M. (2004). *City of quarters: Urban villages in the contemporary city*. (D. Bell, Ed.) Aldershot: Ashgate.
- Jeffries, D. (2001). *Governments and tourism*. Oxford: Butterworth/Heinemann.
- Jennings, G. (2001). *Tourism research*. Australia: John Wiley & Sons.

- Jennings, G., Lee, Y., Ayling, A., Lunny, B., Cater, C., & Ollenburger, C. (2009). Quality tourism experiences: Reviews, reflections, research agendas. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 294-301. Obtido em 30 de Junho de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19368620802594169>
- Jepson, E. (2001). Sustainability and planning: Diverse concepts and close associations. *Journal of Planning Literature*, 15(4), 499-510. Obtido em 22 de Outubro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/245381175\\_Sustainability\\_and\\_Planning\\_Diverse\\_Concepts\\_and\\_Close\\_Associations](https://www.researchgate.net/publication/245381175_Sustainability_and_Planning_Diverse_Concepts_and_Close_Associations)
- Jordan, J. (1980). The summer people and the natives: Some effects of tourism in a Vermont vacation village. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 34-55. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738380800053>
- Jorgensen, B., & Stedman, R. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners' attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494401902269>
- Jorgensen, B., & Stedman, R. (2006). A comparative analysis of predictors of sense of place dimensions: Attachment to, dependence on, and identification with lakeshore properties. *Journal of Environmental Management*, 79(3), 316-327. Obtido em 30 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301479705002501>
- Judd, D. (1999). Constructing the tourist bubble. Em S. Fainstein, & D. Judd (Edits.), *Tourist City* (pp. 35-53). New Haven: Yale University Press.
- Judd, D. (2003). Visitors and the spatial ecology of the city. Em L. Hoffman, S. Fainstein, & D. R. Judd (Edits.), *Cities and visitors: Regulating people, markets, and city space* (pp. 23-38). Oxford: Blackwell.
- Judd, D., & Collins, M. (1979). The case of tourism: Political coliations and redevelopment in central cities. Em G. A. Tobin (Ed.), *The Changing Structures of the City. Urban Affairs Annual Review* (pp. 179-199). Beverly Hills, California: Sage.
- Jung, T. (2010). *Tourism in Metropolitan Manila-Philippines: An Analysis*. PhD thesis, Universität zu Köln, Colónia. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://kups.ub.uni-koeln.de/3245/>
- Jurowski, A., & Olsen, M. (1995). Scanning the environment of tourism attractions: A content analysis approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(1), 71-96. Obtido em 29 de Setembro de 2019, de <https://nau.pure.elsevier.com/en/publications/scanning-the-environment-of-tourism-attractions-a-content-analysi>

- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/258161048\\_A\\_Theoretical\\_Analysis\\_of\\_Host\\_Community\\_Resident\\_Reaction\\_to\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/258161048_A_Theoretical_Analysis_of_Host_Community_Resident_Reaction_to_Tourism)
- Kaltenborn, B., Andersen, O., Nellemann, C., Bjerke, T., & Thrane, C. (2008). Resident attitudes towards mountain second-home tourism development in Norway: The effects of environmental attitudes. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 664-680. Obtido em 29 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/232961534\\_Resident\\_Attitudes\\_Towards\\_Mountain\\_Second-Home\\_Tourism\\_Development\\_in\\_Norway\\_The\\_Effects\\_of\\_Environmental\\_Attitudes](https://www.researchgate.net/publication/232961534_Resident_Attitudes_Towards_Mountain_Second-Home_Tourism_Development_in_Norway_The_Effects_of_Environmental_Attitudes)
- Kalton, G., & Schuman, H. (1985). The effect of the question on survey responses: A review. *Journal of the Royal Statistical Society*, 145(1), 42-73. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.jstor.org/stable/2981421>
- Karmanov, D. (2008). Research methods in landscape perception and experience. Em H. Hann, & R. Duim (Edits.), *Landscape, leisure and tourism: Socio-spatial studies in experiences, practices and policies*. Delft: Eburon.
- Karski, A. (1990). Urban tourism: A key to urban regeneration? Em P. Robinson (Ed.), *Key Concepts in Tourism* (Vol. 76, pp. 15-17). London: Routledge.
- Kastenholz, E. (2004). Assessment and role of destination-self-congruity. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 719-723. Obtido em 22 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/237066057\\_Assessment\\_and\\_Role\\_of\\_Destination-on-Self-Congruity](https://www.researchgate.net/publication/237066057_Assessment_and_Role_of_Destination-on-Self-Congruity)
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience - The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de [http://wwwwdata.unibg.it/dati/corsi/44127/85184-Kastenholz%20et%20al%20\(2012\)\\_hist%20village.pdf](http://wwwwdata.unibg.it/dati/corsi/44127/85184-Kastenholz%20et%20al%20(2012)_hist%20village.pdf)
- Kato, K. (2018). Debating sustainability in tourism development: Resilience, traditional knowledge and community: A post-disaster perspective. *Tourism Planning & Development*, 15(1), 55-67. Obtido em 30 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21568316.2017.1312508?scroll=top&needAccess=true>

- Kearns, G., & Philo, C. (1993). *Selling places. The city as cultural capital: Past and future (policy planning and critical theory)*. Oxford: Pergamon Press.
- Kent, E. (2013). *Toward place governance: What if we reinvented civic infrastructure around placemaking?* Project for public spaces. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.pps.org/article/toward-place-governance-civic-infrastructure-placemaking>
- Kesar, O., Dezeljin, R., & Bienenfeld, M. (2015). Tourism gentrification in the city of Zagreb: Time for a debate? *Interdisciplinary Management Research*, 11, 657-668. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://ideas.repec.org/a/osi/journal/v11y2015p657-668.html>
- Ketele, J., & Roegiers, X. (2009). *Méthodologie du recueil d'informations* (4 ed.). Bruxelles: Boeck Université.
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community*. Master's Thesis, Faculty of the Virginia, Polytechnic Institute and State University, Virginia. Obtido em 26 de Maio de 2019, de <https://vtechworks.lib.vt.edu/handle/10919/29954>
- King, G. (2001). *How not to lie with statistics: Avoiding common mistakes in quantitative political science*. New York: New York University. Obtido de <http://scholar.harvard.edu>
- King, I. M. (1982). A theory for nursing: systems, concepts, process. *Research in nursing & health*, 5(3). Obtido em 22 de Maio de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/nur.4770050309>
- Knafou, R. (2012). *Les lieux du voyage*. Paris: Le Cavalier Bleu.
- Ko, D., & Stewart, W. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. Obtido em 29 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517702000067>
- Ko, T. G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. *Tourism Management*, 26(3), 431-445. Obtido em 11 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151770400041X>
- Koens, K., & Postma, A. (2017). Understanding and measuring visitor pressure in urban tourism. A study into the nature and methods used to manage visitor pressure in six major European cities. *Centre of Expertise, leisure, tourism e hospitality*. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/331400440\\_Understanding\\_and\\_managing\\_visitor\\_pressure\\_in\\_urban\\_tourism\\_A\\_study\\_to\\_into\\_the\\_nature\\_of\\_and\\_methods\\_used\\_to\\_manage\\_visitor\\_pressure\\_in\\_six\\_major\\_European\\_cities](https://www.researchgate.net/publication/331400440_Understanding_and_managing_visitor_pressure_in_urban_tourism_A_study_to_into_the_nature_of_and_methods_used_to_manage_visitor_pressure_in_six_major_European_cities)
- Konzen, L. (2010). *Espaços públicos urbanos e pluralismo jurídico: dos bens de uso comum do povo ao direito à cidade*. Master's thesis, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro

- de Ciências Jurídicas, Florianópolis. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/94409>
- Konzen, L. (2013). *Norms and space: Understanding public space regulation in the tourist city*. Doctoral Dissertation, Università Degli Studi di Milano, Facoltà di Giurisprudenza, Milan. Obtido em 29 de Maio de 2019, de <https://www.semanticscholar.org/paper/Norms-and-Space.-Understanding-Public-Space-in-the-Konzen/0f01b90914c225edde8b55ad86018f8e81f11765>
- Kopel, J. (2009). *Management - rationality versus ethics*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism* (2 ed.). Harlow, U.K: Pearson.
- Krahmer, K. (2017). *Gentrification without gentry? Tourism and real estate investment in Lisbon*. Master's thesis, Politecnico di Torino, Corso di laurea magistrale in Pianificazione Territoriale, Urbanistica e Paesaggistico-Ambientale, Torino. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://webthesis.biblio.polito.it/view/creators/Sankowsky=3AAndrea=3A=3A.html>
- Krantz, M., & Schatzl, L. (s.d.). Marketing the city. Em A. J. Butler, & J. V. Weese (Edits.), *European cities in competition* (pp. 468-493). Avebury: Aldershot.
- Krippendorff, J. (1989). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Kruskal, W., & Wallis, W. A. (1952). Use of ranks in one-criterion variance analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 47(260), 583-621. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01621459.1952.10483441>
- Kwiatkowski, K. (2010). Public space and its usurping appropriation. Em *Czasopismo Techniczne* (Vol. 6). Krakowskiej: Wydawnictwo Politechniki.
- Kwon, J., & Vogt, C. A. (2010). Identifying the role of cognitive, affective, and behavioral components in understanding residents' attitudes toward place marketing. *Journal of Travel Research*, 49(4), 423-435. Obtido em 29 de Julho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287509346857>
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of leisure research*, 35(3), 249-273. Obtido em 22 de Outubro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/282730126\\_An\\_Examination\\_of\\_the\\_Relationshi](https://www.researchgate.net/publication/282730126_An_Examination_of_the_Relationshi)



p\_Between\_Leisure\_Activity\_Involvement\_and\_Place\_Attachment\_Among\_Hikers\_Along\_the\_Appalachian\_Trail

- Lakatos, E., & Marconi, M. (1996). *Fundamentos de metodologia científica* (3 ed.). São Paulo: Editora Atlas .
- Lalli, M. (1992). Urban related identity: Theory, measurement and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12(4), 285-303. Obtido em 19 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494405800787>
- Landry, C. (2004). *The Creative City*. London: Earthscan.
- Lankford, S., & Howard, D. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139. Obtido em 19 de Julho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738394900086>
- Law, C. (1993). *Urban Tourism: Attracting visitors to large cities*. London: Mansell.
- Law, C. (1996). *Tourism in major cities*. London: Thonson.
- Law, C. (2002). *Urban Tourism: The visitor economy and the growth of large cities*. London: Continuum.
- Lawson, R., Williams, J., Young, T., & Cossens, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand towns. *Tourism Management*, 19(3), 247-256. Obtido em 1 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517798000181>
- Lazzari, M. (2011). Tangible interventions: The lived landscapes of contemporary archaeology. *Journal of Material Culture*, 16(2), 171-191. Obtido em 26 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1359183511401497>
- Leask, A. (2003). The nature and purpose of visitor attractions. Em A. Fyall, B. Garrod, & A. Leask (Edits.), *Managing visitor attractions: new directions* (pp. 5-35). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lees, L. (2012). The geography of gentrification: Thinking through comparative urbanism. *Progress in Human Geography*, 32(6), 155-171. Obtido em 6 de Agosto de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0309132511412998?journalCode=phgb>
- Lees, L., & Ley, D. (2008). Introduction to special issue on gentrification and public policy. *Urban Studies*, 45(12), 2379-2384. Obtido em 16 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0042098008097098?journalCode=usja>
- Lees, L., Shin, H., & López-Morales, E. (2015a). Introduction: 'gentrification' - A global urban process? Em L. Lees, H. Shin, & E. López-Morales (Edits.), *Global gentrifications: Uneven development and displacement* (pp. 1-18). Bristol: Policy Press.

- Lees, L., Shin, H., & López-Morales, E. (2015b). Conclusion: Global gentrifications. Em L. Lees, H. Shin, & E. López-Morales (Edits.), *Global gentrifications: uneven development and displacement* (pp. 441-452). Bristol: Policy Press.
- Lees, L., Shin, H., & López-Morales, E. (2016). *Planetary gentrification*. Cambridge: Polity Press.
- Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. (2008). *Gentrification*. London and New York: Routledge.
- Lefebvre, H. (1969). *O Direito à Cidade*. São Paulo: Documentos.
- Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace social*. Barcelona: Anthropos.
- Lefebvre, H. (1978). *Espacio y política*. Barcelona: Península.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Great Britain: T.J. International.
- Lefebvre, H. (2000). *Espace et politique: le droit à la ville II* (2 ed.). Paris: Anthropos.
- Lehrpeux, A. (2001). Atitude. Em F. Parot, & R. Doron (Edits.), *Dicionário de psicologia*. Climepsi Editores.
- Lems, A. (2016). Placing displacement: Place-making in a world of movement. *Ethnos*, 81(2), 315-337. Obtido em 2 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00141844.2014.931328>
- Less, L., Slter, T., & Wyly, L. (2010). *The Gentrification reader*. New York: Routledge.
- Lew, A. (1994). A framework of tourist attraction research. Em J. B. Ritchie, & C. Goeldner (Edits.), *Travel, tourism, and hospitality research: A Handbook for managers and researchers* (pp. 291-304). Nova Iorque: John Wiley & Sons, Inc.
- Lew, A. (2007). Invited commentary: Tourism planning and traditional urban planning theory: Planners as agents of social change. *Leisure/Loisir*, 31(2), 383-392. Obtido em 22 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14927713.2007.9651387>
- Lew, A. (2007). Pedestrian shopping streets in the restructuring of the chinese city. Em T. Coles, & A. Church (Edits.), *Tourism, power and place* (pp. 150-170). London: Routledge.
- Lew, A. (2012). Geography and the marketing of tourism destinations. Em J. Wilson (Ed.), *The routledge handbook of tourism geographies* (pp. 181-186). New York: Routledge.
- Lew, A. (2017). Tourism planning and place making: Place-making or placemaking? *19*(3), 448-466. Obtido em 20 de Outubro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2017.1282007?journalCode=rtxg>
- Lew, A., & Cheer, J. (2018). *Tourism resilience and adaptation to environmental change: Definitions and frameworks*. London: Routledge.

- Lewicka, M. (2010). What makes neighborhood different from home and city? Effects of place scale on place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 35-51. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/240444083\\_What\\_Makes\\_Neighborhood\\_Different\\_from\\_Home\\_and\\_City\\_Effects\\_of\\_Place\\_Scale\\_on\\_Place\\_Attachment](https://www.researchgate.net/publication/240444083_What_Makes_Neighborhood_Different_from_Home_and_City_Effects_of_Place_Scale_on_Place_Attachment)
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31(3), 207-230. Obtido em 22 de Junho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/251545343\\_Place\\_Attachment\\_How\\_Far\\_have\\_We\\_Come\\_in\\_the\\_Last\\_40\\_Years](https://www.researchgate.net/publication/251545343_Place_Attachment_How_Far_have_We_Come_in_the_Last_40_Years)
- Ley, D. (1981). Inner-city revitalization in Canada: a Vancouver case study. *Canadian Geography*, 25(2). Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cag.1981.25.2.124>
- Liang, Z.-X., & Bao, J.-G. (2015). Tourism gentrification in Shenzhen, China: causes and socio-spatial consequences. *Tourism Geographies*, 17(3), 461-481. Obtido em 22 de Junho de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2014.1000954>
- Lickorish, L., & Jenkis, C. (2000). *Introdução ao Turismo*. Campus.
- Limburg, B. v. (1998). City marketing: a multi-attribute approach. *Tourism Management*, 19(5), 475-477. Obtido em 29 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517798000442>
- Lindberg, K., & Johnson, R. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-454. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738397800096>
- Liu, J., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073838690037X>
- Liu, S., & Cheung, L. (2016). Sense of place and tourism business development. *Tourism Geographies*, 18(2), 174-193. Obtido em 29 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2016.1149513?journalCode=rtxg20>
- Logan, J., & Molotch, H. (2007). *Urban Fortunes: The political economy of place* (2 ed.). Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Lopes, J. (2000). População e meio ambiente nas paisagens da urbanização do Nordeste: O caso de Natal. Em T. Haroldo, & H. Costa, *População e meio ambiente: Debates e desafios*. São Paulo: SENAC.

- Lorio, M., & Wall, G. (2012). Behind the masks: Tourism and community in Sardinia. *Tourism Management*, 33(6), 1440-1449. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517712000143>
- Loupa-Ramos, I., Bernardo, F., Ribeiro, S., & Eetvelde, V. (2016). Landscape identity: implications for policy making. *Land Urban Policy*, 53, pp. 36-43. Obtido em 20 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264837715000629>
- Low, S. M. (1992). Symbolic ties that bind. Place attachment in the plaza. Em I. Altman, & S. M. Low (Edits.), *Place Attachment Plenum Press* (pp. 165-185). New York, USA.
- Luchiani, M. (1998). Urbanização turística, um novo nexo entre o lugar e o mundo. *Asociación Canaria de Antropológia*(4), 1-13. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://pt.scribd.com/document/70749063/Urbanizacao-turistica>
- Luthe, T., & Wyss, R. (2014). Assessing and planning resilience in tourism. *Tourism Management*, 44, 161-163. Obtido em 4 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/260920716\\_Assessing\\_and\\_Planning\\_Resilience\\_in\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/260920716_Assessing_and_Planning_Resilience_in_Tourism)
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, USA: MIT Press.
- Lynch, K. (1990). *Good city form* (7 ed.). Cambridge: The MIT Press.
- MacDowell, L. (1982). Class, status, location and lifestyle, D202, Bloc 4, Unit 3. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de [https://scholar.google.com/scholar\\_lookup?title=+Class,+status,+location+and+lifestyle.+D202,+Bloc+4,+Unit+3&author=MacDOWELL+L.&publication\\_year=1982](https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=+Class,+status,+location+and+lifestyle.+D202,+Bloc+4,+Unit+3&author=MacDOWELL+L.&publication_year=1982)
- Machado, M. (2010). Evolução Urbana e Turistificação dos lugares: um olhar sobre o Rio de Janeiro. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 2(13/14), 817-825. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/8301>
- Machín, A. (1997). *Marketing Y Turismo - Gestión turística* (2 ed.). Madrid: Síntesis.
- Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336-353. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839390059C>
- Maik, W. (2011). Evolution of urban public spaces: from the agora to a cathedral of consumption. Em L. Mierzejewska, & M. Wdowicka (Edits.), *Współczesne problemy rozwoju miast i regionów*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Maitland, R. (2006a). How can we manage the tourist-historic city? Tourism strategy in Cambridge, UK, 1978–2003. *Tourism Management*, 27(6), 1262-1273. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/9211z/how-can-we-manage-the-tourist-historic-city-tourism-strategy-in-cambridge-uk-1978-2003>

- Maitland, R. (2006b). Cultural tourism and the development of new tourism areas in London. Em G. Richards (Ed.), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. New York: Haworth.
- Maitland, R. (2007). Tourists, the creative class and distinctive areas in major cities: the roles of visitors and residents in developing new tourist areas. Em G. Richards, & J. Wilson (Edits.), *Tourism, Creativity and Development*. London and New York: Routledge.
- Maitland, R. (2010). Everyday life as a creative experience in cities. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 176-185. Obtido em 22 de Outubro de 2019, de <https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/906y6/everyday-life-as-a-creative-experience-in-cities>
- Maitland, R., & Newman, P. (2004). Developing metropolitan tourism on the fringe of central London. *International Journal of Tourism Research*, 6(5), 339-348. Obtido em 22 de Outubro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.496>
- Maitland, R., & Newman, P. (2008). City spaces - tourist places: Urban tourism precincts. Em B. Hayllar, T. Griffin, & D. Edwards (Edits.), *Visitor-host relationships: Conviviality between visitors and host communities* (pp. 223-242). New York and London: Elsevier.
- Maitland, R., & Newman, P. (2009). *World tourism cities: Developing tourism off the beaten track*. London and New York: Routledge.
- Manzo, L., & Perkins, D. (2006). Finding common ground: The importance of place attachment to community participation and planning. *Journal of Planning Literature*, 20(4), 335-350. Obtido em 26 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0885412205286160>
- Marcuse, P. (1985). Gentrification, abandonment, and displacement: Connections, causes, and policy responses in New York City. *Journal of Urban and Contemporary Law*, 28, 195-240. Obtido em 22 de Agosto de 2019, de [https://openscholarship.wustl.edu/law\\_urbanlaw/vol28/iss1/4/](https://openscholarship.wustl.edu/law_urbanlaw/vol28/iss1/4/)
- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações*. Pêro Pinheiro: Report Number.
- Marôco, J. (2018). *Análise estatística com o SPSS Statistics* (7 ed.). Lisboa: ReportNumber.
- Marrifield, A. (2002). *Metromarxist: A marxist tale of the city*. New York: Routledge.
- Martin, D. (2003). "Place-framing" as place-making: Constituting a neighborhood for organizing and activism. *Annals of the Association of American Geographers*, 93(3), 730-750. Obtido em 12 de Junho de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-8306.9303011>
- Marujo, N. (2014). A cultura, o turismo e o turista: Que relação? *Revista de Investigación en turismo y desarrollo local*, 7(16), 1-12. Obtido em 21 de Agosto de 2019, de

[https://www.researchgate.net/publication/263460043\\_A\\_Cultura\\_o\\_Turismo\\_e\\_o\\_Turista\\_que\\_relacao](https://www.researchgate.net/publication/263460043_A_Cultura_o_Turismo_e_o_Turista_que_relacao)

- Mascarenhas, G. (2004). Cenários contemporâneos da urbanização turística. *Caderno Virtual do Turismo*, 4(4), 1-11. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <http://www.ivt.coppe.ufjf.br/caderno/index.php/caderno/article/view/65>
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Oxford: Elsevier.
- Mason, P. (2015). *Tourism impacts, planning and management* (3 ed.). London: Routledge.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 390-411. Obtido em 3 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738399000845>
- Massey, D. (2005). *For space*. London: Sage.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Matos, R. (2005). *Especialidades em rede: População, urbanização e migração contemporâneo*. Belo Horizonte: C/Arte.
- Maxlhaieie, P., & Ribeiro, A. (2018). Urbanização turística e produção do espaço urbano: O caso da cidade de Inhambane em Moçambique. *Atas do 8º Congresso luso-brasileiro PLURIS*. Coimbra. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <http://www.pluris2018.com/pt>
- McCann, E. (2011). *Mobile urbanism: cities and policymaking in the global age (globalization and community)* (1 ed.). (K. Ward, Ed.) Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McCool, S., & Martin, S. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34. Obtido em 22 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728759403200305>
- Mcdougall, G., & Munro, H. (1994). Scaling and attitude measurement in tourism and travel research. Em J. Richie, & C. Goeldner (Edits.), *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers* (2 ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- McGehee, N., & Andereck, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140. Obtido em 22 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287504268234>
- McKercher, B., & Ritchie, M. (1997). The third tier of public sector tourism: A profile of local tourism officers in Australia. *Journal of Travel Research*, 36(1), 66-72. Obtido em 19 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728759703600110>
- Meethan, K. (2001). *Tourism in global society: Place, culture, consumption*. New York: Palgrave.

- Mendes, L. (2011). Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado. *Cadernos Metrópole*, 13(26), 473-495. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://revistas.pucsp.br/metropole/article/view/14765>
- Mendes, L. (2013). Public policies on urban rehabilitation and their effects on gentrification in Lisbon. *AGIR, Revista Interdisciplinar de Ciências Sociais e Humanas*, 1(5), 200-218. Obtido em 30 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/277075088\\_Mendes\\_L\\_2013\\_-\\_Public\\_policies\\_on\\_urban\\_rehabilitation\\_and\\_their\\_effects\\_on\\_gentrification\\_in\\_Lisbon\\_AGIR\\_Revista\\_Interdisciplinar\\_de\\_Ciencias\\_Sociais\\_e\\_Humanas\\_vol\\_1\\_n\\_5\\_pp200-218](https://www.researchgate.net/publication/277075088_Mendes_L_2013_-_Public_policies_on_urban_rehabilitation_and_their_effects_on_gentrification_in_Lisbon_AGIR_Revista_Interdisciplinar_de_Ciencias_Sociais_e_Humanas_vol_1_n_5_pp200-218)
- Mendes, L. (2014). Gentrificação e políticas de reabilitação urbana em Portugal: uma análise crítica à luz da tese rent gap de Neil Smith. *Cadernos Metrópole*, 16(32), 487-511. Obtido em 30 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/277075165\\_Mendes\\_L\\_2014\\_-\\_Gentrificacao\\_e\\_politicas\\_de\\_reabilitacao\\_urbana\\_em\\_Portugal\\_uma\\_analise\\_critica\\_a\\_luz\\_da\\_tese\\_rent\\_gap\\_de\\_Neil\\_Smith\\_Cadernos\\_Metropole\\_vol\\_16\\_n\\_32\\_pp487-511](https://www.researchgate.net/publication/277075165_Mendes_L_2014_-_Gentrificacao_e_politicas_de_reabilitacao_urbana_em_Portugal_uma_analise_critica_a_luz_da_tese_rent_gap_de_Neil_Smith_Cadernos_Metropole_vol_16_n_32_pp487-511)
- Mendes, L. (2016). Tourism gentrification: touristification as Lisbon's new urban frontier of gentrification. *Conference: Master Class "Tourism Gentrification and City Making", Stadslab e Academia Cidadã, Lisboa, 16 de Abril*. Lisboa. Obtido em 23 de Maio de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/301341221\\_Mendes\\_Luis\\_2016\\_-\\_Tourism\\_gentrification\\_touristification\\_as\\_Lisbons\\_new\\_urban\\_frontier\\_of\\_gentrification\\_Master\\_Class\\_Tourism\\_Gentrification\\_and\\_City\\_Making\\_Stadslab\\_e\\_Academia\\_Cidad\\_a\\_Lisboa\\_16\\_de\\_A](https://www.researchgate.net/publication/301341221_Mendes_Luis_2016_-_Tourism_gentrification_touristification_as_Lisbons_new_urban_frontier_of_gentrification_Master_Class_Tourism_Gentrification_and_City_Making_Stadslab_e_Academia_Cidad_a_Lisboa_16_de_A)
- Mendonça, E. (2007). Apropriações do espaço público: alguns conceitos. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 7(2), 296-306. Obtido em 12 de Maio de 2019, de <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/10926/8628>
- Mermet, C. (2011). Redéfinir la consommation pour repenser les espaces de consommation. *Géographie et Cultures*(77), 25-44. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://journals.openedition.org/gc/710>
- Meskel, L. (2002). Negative heritage and past mastering in archaeology. *Anthropological Quarterly*, 75(3), 557-574. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://muse.jhu.edu/article/2161/summary>
- Mierzejewska, L. (2011). Appropriation of public urban space as an effect of privatisation and globalisation. *Quaestiones Geographicae*, 30(4), 39-46. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://content.sciendo.com/view/journals/quageo/30/4/article-p39.xml?lang=en>

- Mikulowski-Pomorski, J. (2006). *Fragmentation as a postmodern process. Recomposition through fragmentation*. Croácia: Euro-Limes.
- Miles, M. (2007). *Cities and Cultures*. London: Routledge.
- Miles, S., & Miles, M. (2004). *Consuming Citys*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Mill, R., & Morrison, A. (1985). *The tourism system: an introductory text*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204. Obtido em 26 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738388900825>
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27. Obtido em 4 de Novembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728759503300304>
- Ministério do Comércio e Turismo; Secretaria de Estado do Turismo; Direção Geral do Turismo. (1991). *Livro branco do turismo*. Lisboa: Ministério do Comércio e Turismo; Secretaria de Estado do Turismo; Direção Geral do Turismo.
- Modsching, M., Kramer, R., Gretzel, U., & Hagen, K. (2006). Capturing the beaten paths: A novel method for analysing tourists spatial behaviour at an urban destination. Em M. Hitz, M. Sigala, & J. Murphy (Edits.), *Information and communication technologies in tourism*. Vienna: Springer.
- Monastirsky, L. B. (2006). *Ferrovia: patrimônio cultural. Estudo sobre a ferrovia brasileira a partir da região dos Campos Gerais (PR)*. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Florianópolis: UFSC. Obtido em 11 de Novembro de 2019, de <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/89405>
- Montezuma, J., & McGarrigle, J. (2018). What motivates international homebuyers? Investor to lifestyle ‘migrants’ in a tourist city. *Tourism Geographies*, 21(2). Obtido em 2 de Novembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2018.1470196>
- Moreira, G. (2004). Da cidade industrial à pós-industrial: Contributo para uma análise da transformação urbana em Portugal. *Sociedade e Território: Revista de Estudos Urbanos e Regionais*, 37/38, pp. 27-37. Obtido em 23 de Junho de 2019, de [https://sigarra.up.pt/ffup/pt/pub\\_geral.revista\\_view?pi\\_revista\\_id=14442](https://sigarra.up.pt/ffup/pt/pub_geral.revista_view?pi_revista_id=14442)
- Moreira, R. (2006). O espaço e o contra-espaço: as dimensões territoriais da sociedade civil e do Estado, do privado e do público na ordem espacial burguesa. Em B. Becker, C. Silva, & M. S. (org.), *Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial* (2 ed.). Rio de Janeiro: Lamparina.



- Morgan, K. (2004). Sustainable regions: governance, innovation and scale. *European Planning Studies*, 12(6), pp. 871-879. Obtido em 27 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0965431042000251909>
- Moscardo, D. (2000). The concept of attitude. Em J. Jafari (Ed.), *Encyclopedia of tourism*. Routledge.
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74. Obtido em 20 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15022250701231915>
- Moura, A., Mira, M., Mónico, L., & Breda, Z. (2017). Quality of tourism development from the perspective of local portuguese public decision makers: A measure proposal. *INVTUR 2017 International Conference, 17-19 May 2017 / Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1, pp. 1675-1687. Aveiro. Obtido em 12 de Junho de 2019, de <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20183214557>
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability: New tourism in the third world*. London: Routledge.
- Mullins, P. (1991). Tourismurbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 15(3), 326-342. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/229695063\\_Tourism\\_Urbanization](https://www.researchgate.net/publication/229695063_Tourism_Urbanization)
- Mullins, P. (1994). Class relations and tourism urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 18(4), 591-608. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2427.1994.tb00288.x>
- Munro, J., Allison, H., & Moore, S. (2010). Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 499-519. Obtido em 28 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/222654348\\_Using\\_resilience\\_concepts\\_to\\_investigate\\_the\\_impacts\\_of\\_protected\\_area\\_tourism\\_on\\_communities](https://www.researchgate.net/publication/222654348_Using_resilience_concepts_to_investigate_the_impacts_of_protected_area_tourism_on_communities)
- Murphy, P. (1997). *Quality Management in Urban Tourism*. New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Murphy, P. (2012). *Tourism: A Community Approach* (Vol. 4). New York: Routledge.
- Nascimento, E., & Araújo, M. (2010). Educação para o turismo em comunidades receptoras: uma proposta metodológica orientada na pedagogia de Paulo Freire. *XI Encontro nacional de turismo com base local. Turismo e transdisciplinaridade: novos desafios, 13 a 14 de abril*, (pp. 2143-2162). Niterói, Rio de Janeiro. Obtido em 28 de Agosto de 2019, de [https://www.academia.edu/36157272/An%C3%A1lise\\_Do\\_Cumprimento\\_Dos\\_Programas\\_De\\_Marketing\\_Tur%C3%ADstico\\_Do\\_Plano\\_Estrat%C3%A9gico\\_De\\_Turismo\\_De\\_Per](https://www.academia.edu/36157272/An%C3%A1lise_Do_Cumprimento_Dos_Programas_De_Marketing_Tur%C3%ADstico_Do_Plano_Estrat%C3%A9gico_De_Turismo_De_Per)

nambuco?fbclid=IwAR3ktOQ-

VbcJd4otjWfXIDeiWUaVffDHXx62sUNQrxVFqCi8JKIxMI5QGO0

- Nash, D., & Smith, V. (1991). Anthropology and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 12-25. Obtido em 3 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839190036B>
- Nasser, N. (2003). Planning for urban heritage places: reconciling conservation, tourism and sustainable development. *Journal of Planning Literature*, 17(4), 467-479. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0885412203017004001>
- Nawrotek, K. (2005). Ideologies in space: Attempts at de-mystification. *Yale French Studies*(98), pp. 79-97. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.jstor.org/stable/2903229>
- Neres, A., & Bomfim, N. (2012). A Percepção do espaço turístico urbano pela comunidade de Ilhéus - Bahia. *Caminhos de Geografia*, 13(44), pp. 1-14. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/16703>
- Neto, P. (2002). *Estatística* (2 ed.). São Paulo: Blucher.
- Netto, A., & Nascher, M. (2014). Epistemology of tourism: theoretical schools and critical proposal. *Revista Brasileira de Investigação em Turismo*, 120-144. Obtido em 2 de Novembro de 2019, de <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20143230953>
- Newman, K., & Wyly, E. (2006). The right to stay put, revisited: gentrification and resistance to displacement in New York city. *Urban Studies*, 43(1), 23-57. Obtido em 5 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/00420980500388710>
- Nicholls, W. (2008). The urban question revisited: The importance of cities for social movements. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(4), 841-859. Obtido em 30 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1468-2427.2008.00820.x>
- Nielsen-Pincus, M., Hall, T., Force, J., & Wulffhorst, J. (2010). Sociodemographic effects on place bonding. *Journal of environmental psychology*, 30(4), 443-454. Obtido em 30 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494410000162>
- Nilsson, P. A., Petersen, T., & Wanhill, S. (2005). Public support for tourism SMEs in peripheral areas: The arjeplog project, northern sweden. *The Service Industries Journal*, 25(4), 579-599. Obtido em 3 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02642060500092436>
- Nofre, J. (2013). "Vintage nightlife": Gentrifying Lisbon downtown. *Fennia-International Journal of Geography*, 191(2), 106-121. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://fennia.journal.fi/article/view/8231>

- Nofre, J., Martins, J. C., Vaz, D., Fina, R., Sequera, J., & Vale, P. (2018). The 'Pink Street' in Cais do Sodré: urban change and liminal governance in a nightlife district of Lisbon. *Urban Research & Practice*. Obtido em 5 de Setembro de 2019, de <https://novaresearch.unl.pt/en/publications/the-pink-streetin-cais-do-sodr%C3%A9-urban-change-and-liminal-governan>
- Noorloos, F., & Steel, G. (2016). Lifestyle migration and socio-spatial segregation in the urban(izing) landscapes of Cuenca (Ecuador) and Guanacaste (Costa Rica). *Habitat International*, 54(1), 50-57. Obtido em 17 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S019739751500171X>
- Novy, J. (2010). What's new about new urban tourism? And what do recent changes in travel imply for the "tourist city" Berlin? Em J. Richter (Ed.), *Tourist city Berlin*. Berlin: Braun.
- Novy, J., & Huning, S. (2008). *World tourism cities - Developing tourism off the beaten track*. (R. Maitland, Ed.) London and New York: Routledge.
- O'Dell, T. (2007). Tourist Experiences and Academic Junctures. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 34-45. Obtido em 25 de Outubro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15022250701224001>
- Olabuénaga, J. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Oliveira, J. (2003). Governmental responsesto tourism development: three Brazilian case studies. *Tourism Management*, 24(1), 97-110. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517702000468>
- OMT. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid: OMT.
- OMT. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Madrid: OMT. Obtido em 4 de Julho de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284404889>
- OMT. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations - Guidebook*. Madrid: OMT. Obtido em 21 de Agosto de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407262>
- Opillard, F. (2017). From San Francisco's 'tech boom 2.0' to Valparaíso's UNESCO world heritage site: resistance to tourism gentrification in a comparative political perspective. Em C. Colomb, & J. Novy (Edits.), *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 129-151). Routledge .
- Oppenheim, A. (1996). *Questionnaire design and attitude measurement*. London and New York: Printer Publishers.
- Orbasli, A., & Shaw, S. (2004). Transport and visitors in historic cities. Em L. Les, & J. Stephen (Edits.), *Tourism and Transport* (pp. 93-104). Oxford: Pergamon.

- Osborne, J., & Costello, A. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment*, 10(7), 1-9. Obtido em 8 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/209835856\\_Best\\_Practices\\_in\\_Exploratory\\_Factor\\_Analysis\\_Four\\_Recommendations\\_for\\_Getting\\_the\\_Most\\_From\\_Your\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/209835856_Best_Practices_in_Exploratory_Factor_Analysis_Four_Recommendations_for_Getting_the_Most_From_Your_Analysis)
- Othman, S., Nishimura, Y., & Kubota, A. (2013). Memory association in place making: A review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 85, 554-563. Obtido em 3 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813025111>
- Oviedo-Garcia, M., Castellanos-Verdugo, M., & Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-109. Obtido em 24 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.644>
- Paasi, A. (2003). Region and place: regional identity in question. *Progress in Human Geography*, 27(4), 475-485. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1191/0309132503ph439pr>
- Paddison, R. (1993). City marketing, image reconstruction and urban regeneration. *Urban Studies*, 30(2), 339-349. Obtido em 2 de Novembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/00420989320080331>
- Page, S. (1997). Urban tourism: Analysing and evaluating the tourist experience. Em C. Ryan (Ed.), *The tourist experience: A new introduction* (pp. 112-135). London: Cassel.
- Page, S. (2003). *Tourism Management*. Oxford: Elsevier.
- Page, S., & Hall, M. (2003). *Managing Urban Tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Page, S., Brunt, P., Busby, G., & Connell, J. (2001). *Tourism: A modern synthesis*. London: Thomson.
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Jones, L. (2013). The effects of residents social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*(38), 142-151. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517713000708>
- Paradis, T. (2000). Main street transformed: Community sense of place for nonmetropolitan tourism business districts. *Urban Geography*, 21(7), 609-639. Obtido em 3 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2747/0272-3638.21.7.609>
- Paradis, T. W. (2004). Theming, tourism, and fantasy city. Em A. Lew, C. Hall, & A. Williams (Edits.), *A Companion to Tourism* (pp. 195-209). London: Blackwell.
- Parlett, G., Fletcher, J., & Cooper, C. (1995). The impact of tourism on the old town of Edinburgh. *16*(5), 355-360. Obtido em 25 de Setembro de 2019, de

- [https://www.academia.edu/9348843/The\\_impact\\_of\\_tourism\\_on\\_the\\_Old\\_Town\\_of\\_Edinburgh](https://www.academia.edu/9348843/The_impact_of_tourism_on_the_Old_Town_of_Edinburgh)
- Paskaleva-Shapira, K. (2001, February). Promoting partnerships for effective governance of sustainable urban tourism. *Paper presented at INTA International Seminar, 'Tourism in the city opportunity for regeneration and development'*. Turin, Italy. Obtido em 27 de Setembro de 2019, de <https://publikationen.bibliothek.kit.edu/230049600>
- Pasquali, L. (1999). *Análise fatorial: um manual teórico-prático*. Brasília: Editora UnB.
- Pavel, F. (2015). *Transformação Urbana de uma área histórica: O bairro alto. Reabilitação, identidade e gentrification*. Doctoral Dissertation, Universidade de Lisboa, Lisboa. Obtido em 2 de Outubro de 2019, de <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/11767>
- Pavel, F. (2017). Turismo e mercantilização da cidade. *Revista espaços vividos e espaços construídos: estudos sobre a cidade*, 5(1), 21-28. Obtido em 27 de Agosto de 2019, de [https://www.academia.edu/36257387/PAVEL\\_Fabiana\\_2017\\_Turismo\\_e\\_mercantiliza%C3%A7%C3%A3o\\_da\\_cidade.\\_Espa%C3%A7os\\_vividos\\_e\\_espa%C3%A7os\\_constru%C3%ADdos\\_estudos\\_sobre\\_a\\_cidade\\_-\\_Revista\\_no5\\_Volume\\_no1\\_Observar\\_e\\_intervir\\_no\\_Local.\\_Portugal.\\_On-Line\\_Faculd](https://www.academia.edu/36257387/PAVEL_Fabiana_2017_Turismo_e_mercantiliza%C3%A7%C3%A3o_da_cidade._Espa%C3%A7os_vividos_e_espa%C3%A7os_constru%C3%ADdos_estudos_sobre_a_cidade_-_Revista_no5_Volume_no1_Observar_e_intervir_no_Local._Portugal._On-Line_Faculd)
- Pearce, D. (1987). Spatial patterns of package tourism in Europe. *Annals of Tourism Research*, 14(2), 183-201. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738387900843>
- Pearce, D. (1998a). Tourism development in Paris: Public intervention. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 457-476. Obtido em 20 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738397000960>
- Pearce, D. (1998b). Tourist districts in Paris: structure and functions. *Tourism Management*, 19(1), 49-65. Obtido em 12 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517797000952>
- Pearce, D. (2001). An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926-946. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738300000827>
- Pearce, P. (2002). *The Social psychology of tourist behaviour*. Oxford: Pergamon.
- Peck, L. (1989). Tourism and development in the north Carolina coastal towns. Em V. Smith (Ed.), *Hosts and guests - The anthropology of tourism*. Philadelphia: Pennsylvania Press.
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., . . . Postma, A. (2018). *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*. TRAIN Committee, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Brussels: European Parliament. Obtido em 24 de Julho de 2019, de

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL\\_STU\(2018\)629184\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf)

- Pellegrini, A. F. (1993). *Ecologia, cultura e turismo*. Campinas: Papirus.
- Pereira, L. V. (1994). A leitura da imagem de uma área urbana como preparação para o planeamento/ação da sua reabilitação. Em *Reabilitação urbana - Questões gerais e metodologia de planeamento* (Vol. 1). Lisboa: Edição de Autor.
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. (2008). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS* (5 ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Peters, D. (2017). Density wars in silicon beach: the struggle to mix new spaces for toil, stay and play in Santa Monica, California. Em C. Colomb, & J. Novy (Edits.), *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp. 90-106). Routledge Taylor and Francis Group.
- Peters, M., & Weiermair, K. (2000). Tourist attractions and attracted tourists: How to satisfy today's 'fickle' tourist clientele. *The Journal of Tourism Studies*, 1(11), 22-29. Obtido em 12 de Outubro de 2019, de <https://eurekamag.com/research/003/599/003599754.php>
- Phillips, M. (2002). The production, symbolization and socialization of gentrification: impressions from two Berkshire villages. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27(3), 282-308. Obtido em 2 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/227551253\\_The\\_production\\_symbolization\\_and\\_socialization\\_of\\_gentrification Impressions\\_from\\_two\\_Berkshire\\_villages](https://www.researchgate.net/publication/227551253_The_production_symbolization_and_socialization_of_gentrification Impressions_from_two_Berkshire_villages)
- Phillips, M. (2004). Other geographies of gentrification. *Progress in Human Geography*, 28(1), 5-30. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1191/0309132504ph458oa?journalCode=phgb>
- Pickvance, C. (2003). From urban social movements to urban movements: a review and introduction to a symposium on urban movements. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(1), 102-109. Obtido em 3 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2427.00434>
- Pierce, J., Martin, D. G., & Murphy, J. T. (2011). Relational place-making: the networked politics of place. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 36(1), 54-70. Obtido em 5 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/229470384\\_Relational\\_Place-making\\_The\\_Networked\\_Politics\\_of\\_Place](https://www.researchgate.net/publication/229470384_Relational_Place-making_The_Networked_Politics_of_Place)
- Pink, S. (2008). An urban tour: the sensory sociality of ethnographic place-making. *Ethnography*, 9(2), 175-196. Obtido em 2 de Agosto de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1466138108089467>
- Pinkster, F., & Boterman, W. (2017). When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural Geographies*, 24(3), 457-

472. Obtido em 24 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1474474017706176>
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 4(16), 8-12. Obtido em 4 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728757801600402?journalCode=jtrb>
- Pizam, A. (1994). Planning a Tourism Research Investigation. Em Ritchie, & Goeldner (Edits.), *Travel, tourism and Hospitality Research* (2 ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Poirier, J., Clapier-Valladon, S., & Raybaut, P. (1999). *Histórias de vida - Teoria e prática* (2 ed.). Oeiras: Celta Editora.
- Portal d'Aveiro. (2019). [www.aveiro.co.pt](http://www.aveiro.co.pt). Obtido em 17 de 09 de 2019, de <http://www.aveiro.co.pt/>
- Portas, N. (1987). Conceitos de Desenvolvimento Urbano. *Jornal dos Arquitectos*(56-57), 9-11. Obtido em 1 de Setembro de 2019, de <http://catalogo.biblioteca.oasrs.org/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=7209>
- Porter, L., & Shaw, K. (Edits.). (2013). *Whose Urban Renaissance? An International Comparison of Urban Regeneration Strategies*. London: Routledge.
- Prayag, G. (2017). Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and crisis management in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 133-135. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973617301265>
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://www.sciencebase.gov/catalog/item/50579a76e4b01ad7e02856df>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Trajectos.
- Rawls, J. (1993). Political liberalism. Em *The John Dewey Essays in Philosophy* (4 ed.). New York: Columbia University Press.
- Raymond, C., & Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of Sustainable*, 15(5), 520-540. Obtido em 2 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2167/jost681.0>
- Reade, E. (1987). *British town and country planning*. Milton Keynes: Open University Press.
- Reicher, S. D., & Hopkins, N. (2001). *Self and Nation: Categorization, Contestation and Mobilisation*. London, UK: Sage .
- Reis, E. (2001). *Estatística Multivariada Aplicada*. Lisboa: Edições Sílabo .
- Reis, E., & Moreira, R. (1993). *Pesquisa de Mercados*. Lisboa: Edições Sílabo.

- Rejowski, M. (2000). *Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira*. Campinas: Papirus.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion Limited.
- Relph, E. (1997). Sense of place. Em S. Hanson (Ed.), *Ten geographic ideas that changed the world*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Renda, A. (2012). *Percepção dos residentes sobre o impacto do turismo na sua qualidade de vida: o caso do concelho de Loulé*. Doctoral Thesis, Universidade do Algarve, Faculdade de Economia. Obtido em 18 de Novembro de 2019, de <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/3465>
- Ribeira-Fumaz, R. (2009). From urban political economy to cultural political economy: rethinking culture and economy in and beyond the urban. *Progress in Human Geography*, 33(4), 447-465. Obtido em 29 de Agosto de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0309132508096352>
- Richards, G. (2001). The experience industry and the creation of attractions. Em G. Richards (Ed.), *Cultural Attractions and European tourism* (pp. 55-69). Wallingford: CABI Publishing.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951. Obtido em 2 de Novembro de 2019, de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.476.3943&rep=rep1&type=pdf>
- Richie, B. W., & Inkari, M. (2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: The case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 27-44. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.545>
- Riley, M. (1996). *Human resource management in the hospitality and tourism industry* (2 ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ritchie, J. (2008). Contributions of the urban precincts to the urban economy. Em B. Hayllar, T. Griffin, & D. Edwards (Eds.), *City Space - Tourist Places: Urban Tourism Precincts* (pp. 151-182). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ritzdorf, M. (1995). Feminist contributions to ethics and planning theory. Em S. Hendler (Ed.), *Planning ethics: A reader in planning theory, practices, and education*. New Brunswick: Center for Urban Policy Research.
- Ritzer, D. (1996). *The McDonaldisation of Society*. Thousand Oaks: Pine Press.
- Rodrigues, A. (1997). *Turismo e espaço: Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: HUCITEC.



- Rodrigues, A. (2006). Turismo e território: A apreensão da dinâmica espacial. (p.247 - 267). *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pósagrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer*. CEG, Lisboa. Em M. L. (coord.), *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pósagrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer* (pp. 247-267). Lisboa: CEG.
- Rodrigues, A. P., Vieira, I., Marques, C., & Teixeira, M. (2014). Resident's support for sustainable tourism development: A structural equation model applied to an historic town of north Portugal. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 17-25. Obtido em 2 de Julho de 2019, de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2182-84582014000200003](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582014000200003)
- Romanini, A., Romanini, G., & Marterer, S. (2017). Viver a cidade: uma análise a partir da apropriação do espaço público urbano. *4º Fórum Habitar*. Belo Horizonte/MG. Obtido em 20 de Junho de 2019, de <https://www.even3.com.br/anais/habitar/72742-viver-a-cidade-uma-analise-a-partir-da-apropriacao-do-espaco-publico-urbano/>
- Rose-Redwood, R., & Alderman, D. (2011). Critical interventions in political toponymy. *ACME: International Journal for Critical Geographies*, 10(1), 1-6. Obtido em 2 de Maio de 2019, de <https://acme-journal.org/index.php/acme/article/view/879>
- Ross, G. F. (2002). *Psicologia do Turismo*. São Paulo: Contexto.
- Rossi, P. H., Wright, J. D., & Anderson, A. B. (1993). *Handbook of survey research*. New York: Academic Press.
- Rousseau, M. (2009). Re-imaging the city centre for the middle classes: Regeneration, gentrification and symbolic policies in "loser cities". *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 770-788. Obtido em 3 de Julho de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1468-2427.2009.00889.x>
- Rout, B. (2006). Making Money from Tourism and Holding On to Culture: can villagers do both? *International Forum on Rural Tourism - Final Report 4-6 September* (pp. 184-190). Guiyang, Guizhou Province, China: World Tourism Organization. Obtido em 4 de Maio de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284412754>
- Ruquoy, D. (1997). Práticas e métodos de investigação em ciências sociais. Em L. Albarello, F. Digneffe, J.-P. Hiernaux, C. Maroy, D. Ruquoy, & P. d. Saint-Georges (Edits.), *Situação de entrevista e estratégia do entrevistador* (pp. 84-116). Lisboa: Edições Gradiva.
- Ruschmann, D. (2008). *Turismo e planeamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. São Paulo: Papirus.
- Russo, A. (2002). The "vicious circle" of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165-182. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de

- [https://www.researchgate.net/publication/222065900\\_The\\_vicious\\_circle\\_of\\_tourism\\_development\\_in\\_heritage\\_cities](https://www.researchgate.net/publication/222065900_The_vicious_circle_of_tourism_development_in_heritage_cities)
- Russo, A. P., & Quaglieri-Domínguez, A. (2014). La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales*, 18(483). Obtido em 3 de Julho de 2019, de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-483.htm>
- Russo, A., & Borg, J. v. (2002). Planning considerations for cultural tourism: A case study of four European cities. *Tourism Management*, 23(6), 631-637. Obtido em 29 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/222402805\\_Planning\\_considerations\\_for\\_cultural\\_tourism\\_A\\_case\\_study\\_of\\_four\\_European\\_cities](https://www.researchgate.net/publication/222402805_Planning_considerations_for_cultural_tourism_A_case_study_of_four_European_cities)
- Russo, A., Boniface, P., & Shoval, N. (2001). Tourism management in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 824-826. Obtido em 1 de Novembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/journal/annals-of-tourism-research/vol/28/issue/3>
- Ryan, C., & Montgomery, D. (1994). The attitudes of blakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, 5(15), 358-369. Obtido em 5 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517794900906>
- Salgueiro, T. B. (2017). Alojamentos Turísticos em Lisboa. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 21(578), 1-43. Obtido em 2 de Maio de 2019, de <http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/18587>
- Salgueiro, T. B., Mendes, L., & Guimarães, P. (2017). Tourism and urban changes: lessons from Lisbon. Em M. Gravary-Barbas, & S. Guinand (Edits.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives* (pp. 255-275). London: Routledge.
- Sancho, A. (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.
- Sandford, M. R. (1987). Tourism in Harlem: Between negative sightseeing and gentrification. *Journal of American Culture*, 10(2), 99-105. Obtido em 8 de Maio de 2019, de [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1542-734X.1987.1002\\_99.x](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1542-734X.1987.1002_99.x)
- Santos, C. N., & Vogel, A. (1985). *Quando a rua vira casa: A apropriação de espaços de uso coletivo em um centro de bairro* (Vol. 3). Rio de Janeiro: Eduff.
- Santos, M. (1978). *Por uma geografia nova da crítica da geografia a uma geografia crítica*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M. (1982). *Pensando o espaço do homem*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M. (2001). *Estradas reais: Introdução ao estudo dos caminhos ouro e do diamante no Brasil*. Belo Horizonte: Estrada Real.
- Santos, M. (2002). *A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp.

- Saraniemi, S., & M. Kylänen, M. (2011). Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. *Journal of Travel Research*, 50(2), 133-143. Obtido em 2 de Junho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287510362775>
- Sarantakos, S. (1998). Varieties of social research. Em *Social Research* (2 ed., pp. 31-71). London: Palgrave.
- Sarmiento, J. (2003). Variações sobre o urbanismo pós-moderno. *Revista da Faculdade de Letras: Geografia*, 19, 255-265. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/60123>
- Sassen, S. (1999). *Globalization and its discontents: Essays on the new mobility of people and money*. New York: New Press.
- Sayer, A. (1997). The dialectic of culture and economy. Em R. Lees, & J. Wills (Edits.), *Geographies of economies*. London: Arnold.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 1-10. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://web.uvic.ca/~esplab/sites/default/files/2010%20Tripartite%20Scannell.pdf>
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 289-297. Obtido em 29 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494410000198>
- Schäfer, P., & Hirsch, J. (2017). Do urban tourism hotspots affect Berlin housing rents? *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 10(2), 231-255. Obtido em 21 de Maio de 2019, de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJHMA-05-2016-0031/full/html>
- Schwandt, T. (s.d.). Três posturas epistemológicas para a investigação qualitativa: Interpretativismo, hermenêutica e construcionismo social. Em 2006, N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Edits.), *O planeamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens* (2 ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Scott, A. J. (1980). *The urban land nexus and the state*. London: Pion.
- Scott, A., & Leriche, F. (2005). Les ressorts géographiques de l'économie culturelle: du local au mondial. *L'Espace Géographique*, 3(34), 207-222. Obtido em 25 de Maio de 2019, de <https://www.cairn.info/revue-espace-geographique-2005-3-page-207.htm#>
- Sebatier, B. (2007). De l'impossible absolu de l'espace public à la publicisation des espaces. Em G. Capron, & N. Haschanoé (Edits.), *L'espace public urbain: de l'objet aux processus de construction* (p. 17). Toulouse: Presses Universitaires du Mirail-Toulouse.

- Selby, M. (2004). *Understanding Urban Tourism: Image, culture and experience*. London: I. B. Tauris.
- Shaw, G., & Williams, A. (2002). *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective* (2 ed.). Oxford, Malden: Blackwell Publishers.
- Shaw, K. (2005). The place of alternative culture and the politics of its protection in Berlin, Amsterdam and Melbourne. *Planning Theory and Practice*, 6(2), 149-169. Obtido em 23 de Maio de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14649350500136830>
- Shaw, S., Bagwell, S., & Karmowska, J. (2004). Ethnoscapes as spectacle: reimagining multicultural districts as new destinations for leisure and tourism consumption. *Urban Studies*, 41(10), 1983-2000. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1080/0042098042000256341>
- Sheldon, P. J., & Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of Waikiki. *Tourism Management*, 5(22), 435-443. Obtido em 20 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517701000097>
- Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in north wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47. Obtido em 20 de Maio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517784900062>
- Sheppard, V., & Williams, P. (2016). Factors that strengthen tourism resort resilience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 20-30. Obtido em 30 de Agosto de 2019, de <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20163301546>
- Shields, R. (1998). *Spatial dialectics*. Great Britain: Creative Print and Design.
- Shoval, N. (2008). Tracking technologies and urban analysis. *Cities*, 25(1), 21-28. Obtido em 25 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275107000777>
- Shoval, N., & Cohen-Hattab, K. (2001). Urban hotel development patterns in the face of political shifts. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 908-925. Obtido em 2 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738300000839>
- Shoval, N., & Isaacson, M. (2007a). Sequence alignment as a method for human activity analysis in space and time. *Annals of the Association of American Geographers*, 97(2), 282-297. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8306.2007.00536.x>
- Shoval, N., & Isaacson, M. (2007b). Tracking tourists in the digital age. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 141-159. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.brandeis.edu/cmjs/conferences/taglitconf2013/pdfs/Shoval%20TrackingTouristsinthedigitalage.pdf>

- Shoval, N., & Isaacson, M. (2010). *Tourist Mobility and Advanced Tracking Technologies*. London, New York: Routledge.
- Shoval, N., McKercher, B., Ng, E., & Birenboim, A. (2011). Hotel location and tourist activity in cities. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1594-1612. Obtido em 18 de Setembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/256986870\\_Hotel\\_location\\_and\\_tourist\\_activity\\_in\\_cities](https://www.researchgate.net/publication/256986870_Hotel_location_and_tourist_activity_in_cities)
- Shunnaq, M., Schwab, W. A., & Reid, M. F. (2008). Community development using a sustainable tourism strategy: A case study of the Jordan river valley touristway. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 1-14. Obtido em 23 de Junho de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.620>
- Sigtur. (2019). [www.sigtur.turismodeportugal.pt](http://www.sigtur.turismodeportugal.pt). Obtido em 24 de Agosto de 2019, de [sigtur.turismodeportugal](https://sigtur.turismodeportugal.pt/): <https://sigtur.turismodeportugal.pt/>
- Silva, A. S., & Santos, H. (2010). A transformação cultural de cidades médias, segundo os seus agentes culturais. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 62, 11-34. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0873-65292010000100002](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292010000100002)
- Silva, J., Mendes, J., Ferreira, L., Pereira, L., Guerreiro, M., & Viegas, M. (2001). *Construção de indicadores de avaliação da qualidade no turismo V.I*. Universidade do Algarve, Faro. Obtido em 26 de Agosto de 2019, de <https://www.ualg.pt/pt/content/realizados-0>
- Silva, S. (1997). Evolução da oferta nos últimos anos e perspectivas para o séc. XXI. *Seminário Técnico, Bolsa de Turismo de Lisboa*. Lisboa: BTL.
- Silveira, M. (2013). *As Relações entre turismo e território: Discussões teóricas sobre o carácter territorial do turismo*. UFPR, DGEOP, Curitiba. Obtido em 22 de Junho de 2019, de [https://territorialtur.files.wordpress.com/2017/08/artigo\\_turismo\\_territc3b3rio1.pdf](https://territorialtur.files.wordpress.com/2017/08/artigo_turismo_territc3b3rio1.pdf)
- Silveira, M. (2014). *Geografia aplicada ao turismo: Fundamentos teórico-práticos*. Curitiba: InterSaberes.
- Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. *Current Issues in Tourism*, 4(1), 3-41. Obtido em 13 de junho de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500108667880>
- Singer, P. (1973). *Economia Política da Urbanização*. São Paulo: Brasiliense.
- SIPA. (2019). [www.monumentos.gov.pt](http://www.monumentos.gov.pt). Obtido em 17 de 09 de 2019, de Sistema de Informação Arquitectónico: [http://www.monumentos.gov.pt/site/app\\_pagesuser/SitePageContents.aspx?id=08a335ea-db85-4fdd-862b-fe6e623e44a8](http://www.monumentos.gov.pt/site/app_pagesuser/SitePageContents.aspx?id=08a335ea-db85-4fdd-862b-fe6e623e44a8)

- Slater, T. (2004). Municipally managed gentrification in South Parkdale, Toronto. *The Canadian Geographer*, 48(3), 303-325. Obtido em 25 de Junho de 2019, de <https://www.geos.ed.ac.uk/homes/tslater/TCGpaper.pdf>
- Slater, T. (2006). The eviction of critical perspectives from gentrification research. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(4), 737-757. Obtido em 23 de Junho de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/4739088\\_The\\_Eviction\\_of\\_Critical\\_Perspectives\\_in\\_Gentrification\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/4739088_The_Eviction_of_Critical_Perspectives_in_Gentrification_Research)
- Slater, T. (2009). Missing Marcuse: on gentrification and displacement city. *Analysis of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action*, 13(2-3), 292-311. Obtido em 22 de Junho de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13604810902982250>
- Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 4(25), 783-802. Obtido em 24 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738398000401>
- Smith, M., MacLeod, N., & Robertson, M. (2010). *Key Concepts in Tourist Studies*. Califórnia: Sage Publications Ltd.
- Smith, N. (1979). Toward a theory of gentrification: a back to the city movement by capital, not people. *Journal of the American Planning Association*.
- Smith, N. (1986). Gentrification, the frontier, and the restructuring of urban space. Em N. Smith, & P. W. (org.), *Gentrification of the city*. Londres: Allen e Unwin.
- Smith, N. (1996). *The new urban frontier - Gentrification and the revanchist city*. London: Routledge.
- Smith, N. (1996). *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city*. London and New York: Routledge.
- Smith, N. (2013). Chapter 2 - Gentrification, the frontier, and the restructuring of urban space. Em N. Smith, & P. Williams (Edits.), *Gentrification of the City*. London: Routledge.
- Smith, N., & Williams, P. (1986). Alternatives to orthodoxy: invitation to a debate. Em N. Smith, & P. W. (org.), *Gentrification of the city*. Londres: Routledge.
- Smith, S. (1985). Location patterns of urban restaurants. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 581-602. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738385900799>
- Smith, V. (1989). *Anfitriones e invitados: Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.
- Smith, V. L. (1998). Privatization in the Third World: Small-scale tourism enterprises. Em W. F. Theobald (Ed.), *Global tourism* (2 ed., pp. 205-215). Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Snaith, T., & Haley, A. (1999). Resident's opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management*, 20(5), 595-603. Obtido em 27 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517799000308>
- Solana-Solana, M. (2010). Rural gentrification in Catalonia, Spain: a case study of migration, social change and conflicts in the empordanet area. *Geoforum*, 41(3), 508-517. Obtido em 30 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0016718510000072>
- Sorkin, M. (Ed.). (1992). *Variations on a Theme Park*. New York: Hill & Wang.
- Souza, F., Costa, A., & Moreira, A. (2010). WebQDA: software de apoio à análise qualitativa. 5ª Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, CISTI'2010. Santiago de Compostela, Espanha.
- Souza, M. (2008). Introdução: a "nova geração" de movimentos sociais urbanos - e a nova onda de interesse académico pelo assunto. *Cidades*, 6(9). Obtido em 2 de Dezembro de 2019, de <http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/544>
- Souza, M. (2016). *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial* (3 ed.). Rio de Janeiro: Bertrand.
- Souza, S., Bahl, M., & Kushano, E. (2013). O espaço do turismo: produção, apropriação e transformação do espaço social. *Revista Hospitalidade*, X(2), 313-331. Obtido em 25 de Junho de 2019, de <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/531>
- Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy*. London and New York: Routledge.
- Stedman, R. C. (2003). Is it really just a social construction: the contribution of the physical environment to sense of place. *Society and Natural Resources*, 16(2), 671-685. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08941920309189>
- Stevens, J. P. (1996). *Applied multivariate for the social sciences* (3 ed.). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Stevens, T. (2000). The Future of Visitor Attractions. *Travel & Tourism Analyst*, 1, 61-85. Obtido em 2 de Novembro de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/284684412\\_The\\_future\\_of\\_visitor\\_attractions](https://www.researchgate.net/publication/284684412_The_future_of_visitor_attractions)
- Stewart, E. J., & Draper, D. (2007). A collaborative approach to understanding local stakeholder perceptions of tourism in Churchill, Manitoba (Canada). *Polar Geography*, 30(1-2), 7-35. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10889370701666689>

- Stock, M. (2005). Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter? L'exemple des pratiques touristiques. *Espaces Temps*. Obtido em 13 de Setembro de 2019, de <https://www.espacestems.net/en/>
- Stock, M. (2009). European Cities: towards a recreational turn? Em *Hagar: Studies in Culture, Polity and Identities* (Vol. 7, pp. 115-134). Humphrey Institute for Social Research; Israel Sociological Society ; Ben-Gurion University of the Negev Press.
- Stors, N., & Kagermeier, A. (2015). Share economy in metropolitan tourism: The role of authenticity-seeking. Em I. Tózsá, & A. Zátori (Edits.), *Metropolitan Tourism Experience Development* (Vol. 28, pp. 90-103). Budapest: Department of Economic Geography and Future Studies, Corvinus University of Budapest. Obtido de [https://www.researchgate.net/publication/273695911\\_Share\\_Economy\\_in\\_Metropolitan\\_Tourism\\_The\\_role\\_of\\_authenticity-seeking](https://www.researchgate.net/publication/273695911_Share_Economy_in_Metropolitan_Tourism_The_role_of_authenticity-seeking)
- Stynes, D., & O'Halloran, C. (2004). Cooperative Extension Service . Em *Extension Bulletin*. Michigan State University.
- Swarbrooke, J. (1993). Local authorities and destination marketing. Em *Insights* (Vol. 7, pp. 15-20).
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford, UK: CABIPublishing.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2005). *Using multivariate statistics* (5 ed.). New York: Harper Collins.
- Talaska, A., Silveira, R. L., & Etges, V. E. (2014). Cidade e campo: para além dos critérios e atributos, as relações e contradições entre o urbano e o rural. *Revista Bibliográfica de Geografia y Ciencias Sociales*, XIX(1090). Obtido em 24 de Outubro de 2019, de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1090.htm>
- Tang, J., & Kitnuntaviwat, V. (2008). Residents' attitudes, perception and support for sustainable tourism development. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(1), 45-60. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/233451329\\_Residents'\\_Attitudes\\_Perception\\_and\\_Support\\_for\\_Sustainable\\_Tourism\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/233451329_Residents'_Attitudes_Perception_and_Support_for_Sustainable_Tourism_Development)
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world* (1 ed.). London: Routledge.
- Terhorst, P., Ven, J. v., & Deben, L. (2003). Amsterdam: It's all in the mix. Em L. Hoffman, S. Fainstein, & D. R. Judd (Edits.), *Cities and visitors: Regulating people, markets, and city space* (pp. 75-90). Oxford: Blacwell.
- Terzibasoglu, E. (2016). Summary / Conclusion. *5th Global Summit on City Tourism: Cities - Local Culture for Global Travellers 1-2 November 2016* (pp. 1-236). Luxor, Egypt:



- UNWTO. Obtido em 27 de Agosto de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418787>
- Teye, V., Sonmez, S. F., & Sirakaya, E. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688. Obtido em 13 de Junho de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0885412203260306>
- Thomas, J., & nelson, J. (1996). *Research methods in physical activity* (3 ed.). Champaign: Human Kinetics.
- Thrift, N. (1996). Visando o âmago da região. Em D. Gregory, R. Martin, & G. Smith (Edits.), *Geografia humana, sociedade, espaço e ciência social* (pp. 215-247). Rio de Janeiro: Zahar.
- Tibbalds, F. (1988). *Urban design: Tibbalds offers the Prince his 10 commandments* (Vol. 74). The Planner, [mid-month supplement], p. 1.
- Tonkiss, F. (2005). *Space, the city and social theory*. Oxford: Polity Press.
- Torres, R. M., & Momsen, J. D. (2005). Gringolandia: The construction of a new tourist space in Mexico. *Annals of the Association of American Geographers*, 95(2), 314-335. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1111/j.1467-8306.2005.00462.x>
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts, a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738301000391>
- Tribe, J. (2001). Research paradigms and the tourism curriculum. *Journal of Travel Research*, 39(4), 442-448. Obtido em 19 de Outubro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728750103900411>
- Tuan, Y. F. (2001). *Space and Place: The Perspective of Experience* (25 ed.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tuckman, B. (2002). *Manual de Investigação em Educação- Como Conceber e Realizar o Processo de Investigação em Educação* (2 ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Tulik, O. (2003). *Turismo rural*. São Paulo: Aleph.
- Tulumello, S. (2015). Reconsidering neoliberal urban planning in times of crisis: urban regeneration policy in a “dense” space in Lisbon. *Urban Geography*, 37(1), 1-24. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/282549720\\_Reconsidering\\_neoliberal\\_urban\\_planning\\_in\\_times\\_of\\_crisis\\_Urban\\_regeneration\\_policy\\_in\\_a\\_dense\\_space\\_in\\_Lisbon](https://www.researchgate.net/publication/282549720_Reconsidering_neoliberal_urban_planning_in_times_of_crisis_Urban_regeneration_policy_in_a_dense_space_in_Lisbon)
- Tung, V., & Ritchie, J. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386. Obtido em 22 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738311000557>

- Turismo de Portugal. (16 de 09 de 2019). <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx>. Obtido de Registo Nacional de Turismo: <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx>
- Turner, L., & Ash, J. (1975). *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- Twigger-Ross, C., & Uzzell, L. (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205-220. Obtido em 24 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494496900171>
- Tyler, D., Guerrier, Y., & Robertson, M. (1998). *Managing tourism in cities: policy, process and practice*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring Resident's Attachment Levels in a Host Community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29. Obtido em 26 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728758702600105>
- União de Freguesias de Glória e Vera Cruz. (2019). [www.ufgloriaveracruz.pt](http://www.ufgloriaveracruz.pt). Obtido em 16 de Setembro de 2019, de União das Freguesias de Glória e Vera-Cruz: <https://www.ufgloriaveracruz.pt/>
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Urtasun, A., & Gutiérrez, I. (2006). Hotel location in tourism cities: Madrid 1936-1998. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 382-402. Obtido em 3 de Agosto de 2019, de [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/6782/hotel\\_gutierrez\\_ATR\\_2006.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/6782/hotel_gutierrez_ATR_2006.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Usher, R. (1996). A critique to the neglected epistemological assumptions of educational research. Em D. Scott, & R. Usher (Edits.), *Understanding educational*. London: Routledge.
- Uzzell, D., Pol, E., & Badenas, D. (2002). Place identification, social cohesion, and environmental sustainability. *Environment and Behavior*, 34(1), 26-53. Obtido em 30 de Agosto de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0013916502034001003>
- Valera, S., & Guàrdia, S. (2002). Urban social identity and sustainability - Barcelona's Olympic Village. *Environment and Behavior*, 34(1), 54 -66. Obtido em 3 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0013916502034001004>
- Var, T., Kendall, K., & Tarakcioglu, E. (1985). Resident attitudes towards tourists in a Turkish resort town. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 652-658. Obtido em 25 de Outubro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738385900866>
- Vasconcelos, D. A. (2005). Touristification of Space and Social Exclusion: revitalization of jaraguá's district, Maceió - AL, Brazil. *Turismo em Análise*, 16(1), 47-67. Obtido em 23 de

- Setembro de 2019, de <http://www.spell.org.br/documentos/ver/28041/turistificacao-do-espaco-e-exclusao-social--a-revitalizacao-do-bairro-de-jaragua--maceio---al--brasil>
- Veal, A. J. (1997). *Research Methods for Leisure and Tourism - A Practical Guide* (2 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Velicer, W., & Jackson, D. (1990). Component Analysis versus Common Factor Analysis: Some Issues in Selecting an Appropriate Procedure. *Multivariate Behavioral Research*, 25(1), 1-28. Obtido em 21 de Setembro de 2019, de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26741964>
- Vergara, S., & Caldas, M. (2005). Paradigma interpretativista: a busca da superação do objetivismo funcionalista nos anos 1980 e 1990. *Revista da Administração de Empresas*, 45(4), 66-72. Obtido em 22 de Maio de 2019, de <https://rae.fgv.br/rae/vol45-num4-2005/paradigma-interpretacionista-busca-superacao-objetivismo-funcionalista-nos-anos>
- Vesey, C. M., & Dimanche, F. (2000). Urban residents' perceptions of tourism and its impacts, Unpublished manuscript. University of New Orleans, LA. Em Á. Matias, P. Nijkamp, & M. Sarmento (Edits.), *Tourism Economics: Impact Analysis*. Heidelberg: Physica-Verlag.
- Villaça, F. (1998). *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel.
- Vinello, M. (2017). The No Grandi Navi campaign: Protests against cruise tourism in Venice. Em C. Colomb, & J. Novy (Edits.), *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp. 191-209). New York: Routledge.
- Vivant, E. (2009). How underground culture is changing Paris. *Urban Research and Practice*, 2(1), 36-52. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17535060902727041>
- Vives-Miró, S. (2011). Producing a 'successful city': Neoliberal urbanism and gentrification in the tourist city - The case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*, 1-13. Obtido em 20 de Agosto de 2019, de <https://www.hindawi.com/journals/usr/2011/989676/>
- Volo, S. (2009). Conceptualizing Experience: A tourist based approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2-3(18), 111-126. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19368620802590134>
- Waldren, J., & Waldren, J. D. (1997). *Tourists and tourism: Identifying with people and places*. Oxford: Berg Publishers.
- Wall, G. (1995). Quality management in urban tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 939-940. Obtido em 23 de Outubro de 2019, de <https://psycnet.apa.org/record/2005-16732-001>
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Harlow: Pearson Education Limited .

- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28. Obtido em 26 de Junho de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000389>
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517714002076>
- Ward, S. (2004). *Planning and Urban Change*. Oxford: Sage.
- Ward, S. (2004). *Planning and urban change*. London: Sage.
- Warnaby, G. (1998). Marketing UK cities as shopping destinations: Problems and prospects. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 5(1), 55-58. Obtido em 24 de Setembro de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698997000039>
- Weisler, A., & Wachsmuth, D. (2018). Airbnb and the rent gap: gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6). Obtido em 12 de Agosto de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0308518X18778038>
- Widaman, K. (1993). Common factor analysis versus principal component analysis: Differential bias in representing model parameters? *Multivariate Behavioral Research*, 28(3), 263-311. Obtido em 3 de Agosto de 2019, de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26776890>
- Williams, D., McDonald, C., Riden, C., & Uysal, M. (1995). Community attachment, regional identity and resident attitudes toward tourism development. *26th annual conference proceedings of the Travel and Tourism Research Association* (pp. 424-431). Acapulco, Mexico: Travel and Tourism Research Association. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/235356895\\_Community\\_attachment\\_regional\\_identity\\_and\\_resident\\_attitudes\\_toward\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/235356895_Community_attachment_regional_identity_and_resident_attitudes_toward_tourism)
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S016073830000030X>
- Wilson, J., & Tallon, A. (2012). Geographies of gentrification and tourism. Em J. Wilson (Ed.), *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (pp. 103-112). London: Routledge.
- Wolins, L. (1995). A Monte Carlo study of constrained factor analysis using maximum likelihood and unweighted least squares. *Educational and Psychological Measurement*, 55(4), 545-557. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0013164495055004003>

- Wortham-Galvin, B. (2008). Mythologies of placemaking. *Places*, 20(1), 32-39. Obtido em 23 de Setembro de 2019, de <https://placesjournal.org/article/mythologies-of-placemaking/?cn-reloaded=1>
- Wortman, T., Donaldson, R., & Westen, G. (2016). They are stealing my island: Residents opinions on foreign investment in the residential tourism industry in Tamarin, Mauritius. *Journal of Tropical Geography*, 37(2), 139-157. Obtido em 21 de Agosto de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/sjtg.12151>
- Xia, J. (2007). *Modelling the spatial-temporal movement of tourists*. Doctoral Thesis, RMIT University, Mathematical and Geospatial Sciences. Obtido em 11 de Novembro de 2019, de <http://researchbank.rmit.edu.au/view/rmit:6320>
- Xiao, G. (2007). *Urban tourism: global-local relationships in Dalian, China*. PhD thesis, University of Waterloo, British Columbia. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de <https://www.semanticscholar.org/paper/Urban-Tourism%3A-Global-Local-Relationships-in-China-Xiao/d331823491e47938cb63b0f5095b246dbcb419e6>
- Yázigi, E. (2003). *A alma do lugar: o turismo, planejamento cotidiano*. São Paulo: Contexto.
- Yázigi, E. (2003). *Turismo: uma esperança condicional* (3 ed.). São Paulo: Global.
- Yeoh, B. (2005). The global cultural city? Spatial imagineering and politics in the (multi)cultural marketplaces of South-east Asia. *Urban Studies*, 42(5-6), 945-958. Obtido em 12 de Agosto de 2019, de [https://www.jstor.org/stable/43197306?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/43197306?seq=1#page_scan_tab_contents)
- Yung, E., Chan, E., & Xu, Y. (2014). Sustainable development and the rehabilitation of a historic urban district: Social sustainability in the case of Tianzifang in Shanghai. *Sustainable Development*, 22(2), 95-112. Obtido em 3 de Novembro de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sd.534>
- Zacarias, D. (2015). Turismo em áreas balneares: uma análise da interação entre residentes e visitantes na Praia do Tofo, Moçambique. *Revista de Gestão Costeira Integrada*, 15(2), 179-191. Obtido em 12 de Junho de 2019, de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-88722015000200004](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-88722015000200004)
- Zikmund, W. (1997). *Exploring Marketing Research* (5 ed.). New York: The Dryden Press.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.

# Apêndices

## Apêndice 1. Inquérito por questionário (pré-teste)

Este questionário faz parte de um projeto de investigação de Mestrado que visa avaliar as Perceções e Atitudes dos Residentes do Bairro da Glória e Vera Cruz em Aveiro face à apropriação dos espaços por parte dos turistas. Os resultados obtidos neste estudo poderão contribuir consideravelmente para que entidades públicas e privadas, com responsabilidade no desenvolvimento do turismo possam implementar medidas que maximizem os benefícios e minimizem os prejuízos do desenvolvimento do turismo nesta região. Todas as respostas são confidenciais e serão apenas utilizadas neste projeto de investigação. Lembramos que a sua colaboração será de extrema importância para a concretização desta investigação.

**Por favor, em cada linha assinale com um (X) a opção que melhor corresponde à sua opinião.**

### A - Conhecimento da Atividade Turística

#### Parte I

- 1. Indique se considera que o turismo influenciou os seguintes aspetos positivos na sua zona de residência, sendo 1 - Discordo totalmente e 5 - Concordo totalmente:**

	1 Discordo totalmente	2 Discordo mais do que concordo	3 Não discordo nem concordo	4 Concordo mais do que discordo	5 Concordo totalmente	Não tenho opinião
1. Melhoria das infraestruturas urbanas						
2. Diminuição de preconceitos e estereótipos						
3. Contribuição para o crescimento populacional						
4. Promoção da diversidade de pessoas e culturas						
5. Aumento da segurança e diminuição da criminalidade						
6. Melhoria da qualidade de vida dos residentes						
7. Aumento da animação e da oferta cultural						
8. Preservação e promoção da cultura e tradições locais						
9. Aumento do orgulho dos residentes quanto à cidade						
10. Aumento do rendimento dos residentes						
11. Valorizam dos imóveis						
12. Maior diversidade da oferta de serviços						
13. Aumento do poder de compra						
14. Crescente investimento na cidade						
15. Novas oportunidades de emprego						
16. Melhoria das infraestruturas urbanas e serviços públicos						
17. Conservação dos recursos naturais da cidade						
18. Preservação e reabilitação de imóveis históricos e melhoria da estética da cidade						
19. Aumento da noção de lugar por parte dos residentes						

Outros, especifique: \_\_\_\_\_

2. Indique se considera que o turismo influenciou os seguintes aspetos negativos na sua zona de residência, sendo 1 - Discordo totalmente e 5 - Concordo totalmente:

	1 Discordo totalmente	2 Discordo mais do que concordo	3 Não discordo nem concordo	4 Concordo mais do que discordo	5 Concordo totalmente	Não tenho opinião
1. Redução do comércio tradicional e estabelecimentos comerciais históricos						
2. Transformações na configuração e alteração dos bairros tradicionais						
3. Falta de estacionamento						
4. Congestionamento na mobilidade urbana						
5. Sobrecarga dos espaços públicos, lazer e comércio						
6. Sobrecarga dos serviços públicos						
7. Aumento da insegurança e criminalidade						
8. Perturbação da vida quotidiana da comunidade residente						
9. Descaraterização das tradições e cultura locais						
10. Aumento da concorrência no mercado de trabalho						
11. Aumento da oferta de trabalho precário e sazonal						
12. Aumento de preços de atividades culturais e de lazer						
13. Aumento de preços dos imóveis						
14. Aumento de preços dos serviços						
15. Aumento do padrão e custo de vida						

Outros, especifique: \_\_\_\_\_

3. Perante as seguintes afirmações, assinale somente as que se aplicam para o seu caso:

- ☐ Experienciei problemas específicos do turismo.
- ☐ Noto efeitos negativos do turismo, mas não faço nada quanto a isso.
- ☐ Valorizo os efeitos positivos do turismo.
- ☐ Evito sítios específicos da cidade por causa dos turistas.
- ☐ Alerto os visitantes para comportamentos inaceitáveis.
- ☐ Tento ter um papel ativo no que diz respeito à opinião e políticas públicas para com o turismo.
- ☐ Mudei para outra zona/bairro por causa do turismo.
- ☐ Pretendo mudar para outra zona/bairro por causa do turismo.
- ☐ Outro: \_\_\_\_\_



## A - Conhecimento da Atividade Turística

### Parte II – Zona de Residência

4. Tendo como foco a sua zona de residência. Perante as seguintes afirmações, assinale somente as que se aplicam para o seu caso:

- ☐ Deveriam existir limites ao crescimento do turismo.
- ☐ Há espaço para o crescimento do turismo.
- ☐ O turismo devia parar de crescer.
- ☐ Podia existir mais turistas.
- ☐ Já existe turistas em excesso.
- ☐ Deveriam impor limites ao crescimento de alojamentos turísticos.
- ☐ A promoção turística da cidade deveria passar por outros locais.
- ☐ Outro: \_\_\_\_\_

5. Nas seguintes situações com que frequência contacta com os visitantes?

	Muito raramente	Raramente	Por vezes	Frequentemente	Muito frequentemente	Nunca
1. Local de trabalho						
2. Nos Atrativos / Espaços de Lazer						
3. Estabelecimentos de restauração						
4. Estabelecimentos comerciais						
5. Eventos (Religiosos; Culturais; Desportivos)						
6. Na rua						
Outro: _____						

## B - Apropriação dos Espaços Públicos

Nesta segunda parte do questionário dá-se especial atenção ao uso dos espaços por parte dos turistas. Neste contexto surge os termos de espaços públicos e apropriação. O primeiro diz respeito aos espaços que se entendem por público e de usufruto de todos, o segundo diz respeito ao tipo de uso e aproveitamento destes espaços por parte dos turistas.

6. Dê-nos a sua opinião relativamente às afirmações sobre o tipo de apropriação que ocorre nos espaços por parte dos turistas.

	Discordo totalmente	Discordo mais do que concordo	Não discordo nem concordo	Concordo mais do que discordo	Concordo totalmente	Não tenho opinião
1. Respeitam as normas dos espaços						
2. Não importunam momentos (ex: religiosos, lazer, outros)						

3. Potenciaram o não uso dos espaços por parte da comunidade residente					
4. Potenciam a degradação dos espaços					
5. Contribuem para a poluição nos espaços					
6. Respeitam a qualidade de vida dos residentes					
7. Interferem no acesso aos espaços sociais					
8. Interferem no funcionamento dos espaços e infraestruturas públicas					
9. Causam filas de espera nos espaços vários					
10. Aumentam a criminalidade					
11. Colocam em causa a segurança					
12. Condiçionam o uso dos transportes públicos					
13. Provocam alterações nos espaços					
14. Provocam a detioração dos espaços de interesse público, cultural e arquitetónico					
15. Respeitam o património e a identidade cultural					

Outro: \_\_\_\_\_

**7. Que tipo de atitude detém perante os turistas aquando do contato com os mesmos em espaços de interação?**

	<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo mais do que concordo</b>	<b>Não discordo nem concordo</b>	<b>Concordo mais do que discordo</b>	<b>Concordo totalmente</b>	<b>Não tenho opinião</b>
1. Evito interagir						
2. Quando interajo sou amável						
3. Expulso-os dos espaços						
4. Reclamo quando interferem						
5. Deixei de ir aos espaços por causa da presença deles						
6. Respeito a sua presença						
7. Ajudo quando colocam dúvidas						
8. Explico o funcionamento e as normas dos espaços						
9. Cedo a minha vez nos espaços porque sei que estão de férias						
10. Valorizo a sua presença nos espaços						
11. Aprecio a valorização que deram aos espaços por causa dos turistas						
12. Gosto que fotografem o interior dos espaços quando estou presente						
13. Aprecio de modo positivo os efeitos que causa a sua presença						
14. Não vejo efeitos positivos na sua presença						
15. Aprecio as alterações efetuadas nos espaços por causa dos turistas						
16. Deixo de ir a eventos por causa da sua presença						

17. Continuo a ir aos mesmos espaços  
 18. Não alterou em nada a minha vida  
 19. Graças à sua presença muitos espaços deixaram de estar abandonados  
 Outro:


### C - Tipo de Estratégias a adotar

8. Na sua opinião, e dado o contexto local onde vive, que tipo de estratégias direcionadas para o tipo de apropriação dos espaços por parte dos turistas podem ser adotadas? (Pode escolher mais que uma opção).

- ☐ Criação de novas ou valorização das já existentes atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas.
- ☐ Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes.
- ☐ A sensibilização dos turistas sobre o uso de boas práticas nos espaços.
- ☐ A sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas.
- ☐ A proibição da entrada dos turistas em espaços de culto.
- ☐ A imposição de regras e boas práticas no uso dos espaços.
- ☐ A criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva.
- ☐ Fazer distinção de preços para os residentes e os turistas.
- ☐ Dar prioridade aos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas.
- ☐ Promover o turismo para visitantes com hábitos que não interfiram na vida quotidiana dos residentes.
- ☐ Promover espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir.
- ☐ Incentivar os residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços.
- ☐ Envolver os residentes e os empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo.
- ☐ Sensibilizar os turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade.
- ☐ Melhorar as infraestruturas e equipamentos para o uso dos residentes.
- ☐ Limitar os horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio.
- ☐ Outro: \_\_\_\_\_

### D- Caracterização Sociodemográfica

1. Há quanto tempo vive na cidade?

- ☐ Menos de um ano
- ☐ 1 ano ou mais

1. Sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

2. Idade: \_\_\_\_\_

3. Estado civil: ☐ Casado / União de fato ☐  
 Solteiro ☐ Viúvo ☐ Divorciado

4. Grau de Escolaridade

☐ Nenhum

(Escolha uma das seguintes opções)

☐ 1º Ciclo - Ensino básico - 1º ciclo - até ao 4ª ano

☐ Licenciatura / Bacharelato

☐ 2º Ciclo - Ensino básico - até ao 6º ano

☐ Pós-Graduação

☐ 3º Ciclo - Ensino básico - até ao 9º ano

☐ Mestrado / Mestrado Integrado

☐ Ensino Secundário - até ao 12º ano - curso científico-humanístico

☐ Doutoramento

☐ Ensino Secundário - até ao 12º ano - curso técnico-profissional

☐ Outro: \_\_\_\_\_

### **5. Qual a sua ligação ao bairro?**

(Escolha uma das seguintes opções)

☐ Nasci e fui criado(a) cá

☐ Mudei por questões pessoais

☐ Mudei por questões de estudo

☐ Mudei por questões de trabalho

☐ Outro: \_\_\_\_\_

### **6. Situação Profissional**

(Escolha uma das seguintes opções)

☐ Desempregado(a)

☐ Estudante

☐ Trabalhador por conta própria

☐ Trabalhador por conta de outrem

☐ Reformado(a)

☐ Militar

☐ Trabalhador estudante

☐ Outro: \_\_\_\_\_

### **7. Trabalha no setor do turismo ou atividades correlacionadas?**

☐ Sim

☐ Não

### **8. Se respondeu sim, queira por favor referir qual o subsetor?**

☐ Alojamento

☐ Restauração e bebidas

☐ Transportes

☐ Agência de viagens e operadores turísticos

☐ Recreação e lazer

☐ Serviços culturais

☐ Outro: \_\_\_\_\_

**9. Rendimento do agregado familiar:**

☐ O rendimento disponível está abaixo da média nacional

☐ O rendimento disponível está ao nível da média nacional

☐ O rendimento disponível está acima da média nacional

☐ É muito difícil viver com o rendimento disponível

## Apêndice 2. Inquérito por questionário (versão final)

Este questionário faz parte de um projeto de investigação desenvolvido no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro, que visa avaliar as perceções e atitudes dos residentes da freguesia da Glória e Vera Cruz face à apropriação dos espaços por parte dos turistas. Este questionário direciona-se apenas aos residentes desta freguesia que têm idade igual ou superior a 18 anos. Caso se enquadre neste perfil, a sua colaboração será extremamente útil para o sucesso desta investigação. Por favor preencha o questionário de forma consciente.

Este projeto respeita as regras de privacidade dos inquiridos, garantindo a segurança e a confidencialidade das informações recolhidas, em estrito cumprimento com o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD). O responsável pelo tratamento dos dados é o Dr. Diogo Moleiro. O Encarregado de Proteção de Dados (EPD), que garante a conformidade do tratamento de dados pessoais com a legislação em vigor, está disponível através do endereço de correio eletrónico [epd@ua.pt](mailto:epd@ua.pt).

O acesso e tratamento dos dados apenas são autorizados aos investigadores do projeto, de acordo com a finalidade do mesmo. Após a recolha, os dados são anonimizados e armazenados durante o período de realização do projeto.

Os inquiridos têm direito:

- A aceder aos seus dados e a receber informação sobre o processamento dos seus dados pessoais;
- A retificar quaisquer imprecisões sobre os seus dados pessoais durante o período de recolha dos mesmos;
- A eliminar os seus dados pessoais;
- A apresentar reclamação a uma Autoridade de Controlo.

Se pretender agir de acordo com os seus direitos poderá contactar-nos com o seu pedido através do endereço de correio eletrónico [diogomoleiro@ua.pt](mailto:diogomoleiro@ua.pt).

Tomei conhecimento acerca dos objetivos e propósitos do estudo, bem como da forma como os dados recolhidos serão processados.

Escolha uma das seguintes respostas

( ) Aceito participar no questionário

( ) Não aceito participar no questionário

### A - Atividade turística

1. Indique se considera que o turismo contribuiu para os seguintes aspetos positivos na sua zona de residência, sendo “1 - Discordo totalmente” e “5 - Concordo totalmente”:

	1	2	3	4	5	Não tenho opinião
	Discordo totalmente				Concordo totalmente	
1. Melhoria das infraestruturas urbanas						
2. Diminuição de preconceitos e estereótipos						
3. Contribuição para o crescimento populacional						
4. Promoção da diversidade intercultural						
5. Aumento da segurança e diminuição da criminalidade						
6. Melhoria da qualidade de vida dos residentes						
7. Aumento da animação e da oferta cultural						
8. Preservação e promoção da cultura e tradições locais						
9. Aumento do orgulho dos residentes quanto à cidade						
10. Aumento do rendimento dos residentes						
11. Maior diversidade da oferta de serviços						
12. Aumento do poder de compra						
13. Crescente investimento na cidade						
14. Novas oportunidades de emprego						
15. Melhoria das infraestruturas urbanas e serviços públicos						

16. Conservação dos recursos naturais da cidade					
17. Preservação e reabilitação de imóveis históricos e melhoria da estética da cidade					
18. Fortalecimento da ligação da comunidade local à sua área de residência					
19. Outro(s), especifique:					

**2. Indique se considera que o turismo contribuiu para os seguintes aspetos negativos na sua zona de residência, sendo “1 - Discordo totalmente” e “5 - Concordo totalmente”:**

	1 Discordo totalmente	2	3	4	5 Concordo totalmente	Não tenho opinião
1. Redução do comércio tradicional e estabelecimentos comerciais históricos						
2. Transformações na configuração e alteração dos bairros tradicionais						
3. Falta de estacionamento						
4. Congestionamento na mobilidade urbana						
5. Sobrecarga dos espaços públicos, lazer e comércio						
6. Sobrecarga dos serviços públicos						
7. Aumento da insegurança e criminalidade						
8. Perturbação da vida quotidiana da comunidade residente						
9. Descaraterização das tradições e cultura locais						
10. Aumento da concorrência no mercado de trabalho						
11. Aumento da oferta de trabalho precário e sazonal						
12. Aumento de preços de atividades culturais e de lazer						
13. Aumento de preços dos imóveis						
14. Aumento de preços dos serviços						
15. Aumento do custo de vida						
16. Outro(s), especifique:						

**3. Perante as seguintes afirmações, assinale todas as opções que se aplicam no seu caso:**

- ☐ Experimentei problemas específicos causados pelo turismo.
- ☐ Noto efeitos negativos do turismo, mas não faço nada quanto a isso.
- ☐ Valorizo os efeitos positivos do turismo.
- ☐ Evito sítios específicos da cidade por causa dos turistas.
- ☐ Alerto os visitantes para comportamentos inaceitáveis.
- ☐ Tento ter um papel ativo no que diz respeito à opinião e políticas públicas relativamente ao turismo.
- ☐ Mudei para outra zona/bairro por causa do turismo.
- ☐ Pretendo mudar para outra zona/bairro por causa do turismo.
- ☐ Outro(s), especifique: \_\_\_\_\_

**4. Nas seguintes situações, indique com que frequência contacta com visitantes? Sendo “1 - Nunca” e “5 - Muito frequentemente”:**

	1 Nunca	2	3	4	5 Muito frequentem ente	Não tenho opinião
1. No local de trabalho						
2. Nas atrações turísticas / espaços de lazer						
3. Em estabelecimentos de restauração						
4. Em estabelecimentos comerciais						
5. Em eventos (ex., religiosos, culturais, desportivos)						
6. Na rua						
7. Outro(s), especifique: _____						

**B - Apropriação dos espaços públicos**

**5. Dê-nos a sua opinião, sendo “1 – Discordo totalmente” e “5 – Concordo totalmente”, relativamente às afirmações sobre o tipo de apropriação que ocorre nos espaços públicos por parte dos turistas, isto é, como estes usam espaços que podem ser usufruídos por qualquer pessoa.**

	1 Discordo totalmente	2	3	4	5 Concordo totalmente	Não tenho opinião
1. Respeitam as normas dos espaços						
2. Não importunam momentos (ex., religiosos, culturais, de lazer)						
3. Contribuem para que os residentes deixem de usar determinados espaços públicos						
4. Potenciam a degradação dos espaços						
5. Contribuem para a poluição nos espaços						
6. Respeitam os costumes da comunidade local						
7. Prejudicam o acesso aos espaços públicos						
8. Prejudicam o funcionamento dos espaços e infraestruturas públicas						
9. Causam filas de espera em espaços públicos						
10. Aumentam a criminalidade						
11. Colocam em causa a segurança						
12. Contribuem para o congestionamento dos transportes públicos						
13. Provocam alterações nas atividades realizadas em espaços públicos, tornando-os mais atrativos						
14. Provocam a <i>deterioração</i> dos espaços de interesse público, cultural e arquitetónico						
15. Provocam a descaracterização dos costumes e atividades locais (ex., festividades)						
16. Provocam o congestionamento excessivo de alguns espaços públicos						
17. Graças à sua presença muitos espaços deixaram de estar abandonados						
18. Respeitam o património e a identidade cultural						
19. Outro(s), especifique: _____						



**6. Indique que tipo de atitude tem com os turistas quando contacta com eles em espaços públicos, sendo “1 – Discordo totalmente” e “5 - Concordo totalmente”:**

	1 Discordo totalmente	2	3	4	5 Concordo totalmente	Não tenho opinião
1. Evito interagir						
2. Quando interajo sou amável						
3. Expulso-os dos espaços						
4. Reclamo quando interferem						
5. Deixei de ir a alguns espaços por causa da presença deles						
6. Respeito a sua presença						
7. Ajudo quando colocam dúvidas						
8. Explico o funcionamento e as normas dos espaços						
9. Cedo a minha vez nos espaços porque sei que estão de férias						
10. Valorizo a sua presença nos espaços						
11. Gosto que fotografem o interior dos espaços quando estou presente						
12. Aprecio os efeitos que causa a sua presença						
13. Aprecio as alterações efetuadas nos espaços por causa dos turistas						
14. Deixo de ir a eventos por causa da sua presença						
15. Não alterou em nada o meu comportamento na cidade						
16. Outro(s), especifique: _____						

### C - Estratégias a adotar

**7. Há aproximadamente quanto tempo vive na cidade? \_\_\_\_\_ (anos)**

**8. Em que bairro reside?**

- ☐ Alboi
- ☐ Bairro do Liceu
- ☐ Barrocas
- ☐ Beira-mar
- ☐ Crasto
- ☐ Forca
- ☐ Fonte Nova
- ☐ Glicínias
- ☐ Misericórdia
- ☐ Rossio
- ☐ Santiago
- ☐ Vera Cruz
- ☐ Outro, especifique: \_\_\_\_\_

**9. Qual a sua ligação ao bairro? (escolha uma das seguintes opções)**

- ☐ Nasci e fui criado(a) cá
- ☐ Mudei por questões de estudo
- ☐ Mudei por questões de trabalho

☐ Mudei por outras questões pessoais

☐ Outro, especifique: \_\_\_\_\_

**10. Na sua opinião, e dado o contexto local onde vive, que tipo de estratégias podem ser adotadas de modo a maximizar os benefícios e a minimizar os prejuízos da apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas? (Pode escolher mais do que uma opção).**

- ☐ Criação de novas, ou valorização das já existentes, atrações e rotas turísticas de modo a tentar dispersar os turistas.
- ☐ Criação de novos espaços turísticos para atrair mais visitantes.
- ☐ Sensibilização dos turistas sobre boas práticas que devem ser adotadas.
- ☐ Sensibilização da comunidade residente sobre os efeitos positivos da presença dos turistas.
- ☐ Proibição da entrada dos turistas em espaços de culto.
- ☐ Imposição de regras no uso dos espaços.
- ☐ Criação de incentivos para que os residentes possam desenvolver novas estratégias de interação positiva.
- ☐ Conção de preços mais reduzidos para os residentes do que para os turistas.
- ☐ Prioridade dos residentes no acesso aos transportes, espaços e infraestruturas públicas.
- ☐ Promoção do turismo para visitantes que não interfiram negativamente na vida quotidiana dos residentes.
- ☐ Promoção de espaços criativos onde os turistas e os residentes possam interagir.
- ☐ Incentivo aos residentes a terem um papel ativo na divulgação das normas de uso dos espaços.
- ☐ Envolvimento dos residentes e dos empresários locais nas decisões sobre a gestão e o planeamento do turismo.
- ☐ Sensibilização dos turistas sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis na cidade.
- ☐ Melhoria das infraestruturas e equipamentos utilizados por residentes.
- ☐ Limitação dos horários de funcionamento dos espaços de lazer e comércio.
- ☐ Imposição de limites ao crescimento de alojamento turístico.
- ☐ Promoção da dispersão dos turistas em outras zonas da cidade.
- ☐ Promoção da dispersão dos visitantes ao longo do ano.
- ☐ Imposição de limites ao número de turistas.
- ☐ Outro(s), especifique: \_\_\_\_\_

**D - Caracterização sociodemográfica**

**11. Idade:** \_\_\_\_\_

**12. Género**

☐ Feminino ☐ Masculino

**13. Estado civil:**

☐ Casado(a) / União de fato ☐

Solteiro(a) ☐ Viúvo(a) ☐

Divorciado(a)

**14. Grau de escolaridade** (escolha uma das seguintes opções):

☐ Inferior ao 1º ciclo

☐ 1º Ciclo - Ensino básico - até ao 4ª ano

☐ 2º Ciclo - Ensino básico – 5º ao 6º ano

☐ 3º Ciclo - Ensino básico – 7º ao 9º ano

☐ Ensino Secundário – 10º ao 12º ano - curso científico-humanístico

☐ Ensino Secundário - até ao 12º ano - curso técnico-profissional

☐ Licenciatura / Bacharelato

☐ Pós-Graduação

☐ Mestrado / Mestrado Integrado

☐ Doutoramento

☐ Outro, especifique: \_\_\_\_\_

**15. Situação profissional** (escolha as opções que se aplicam ao seu caso):

☐ Desempregado(a)

☐ Estudante

☐ Trabalhador(a) por conta própria

☐ Trabalhador(a) por conta de outrem

☐ Reformado(a)

☐ Outro, especifique:

\_\_\_\_\_

**16. Caso seja trabalhador(a), a sua atividade insere-se no setor do turismo?**

☐ Não

☐ Sim, **qual o subsector?**

☐ Alojamento

☐ Restauração e bebidas

☐ Transportes

☐ Agência de viagens e operadores turísticos

☐ Recreio e lazer

☐ Serviços culturais

Outro, especifique:

\_\_\_\_\_

**17. Qual a dimensão do seu agregado familiar?** \_\_\_\_\_

**18. Classifique o rendimento do seu agregado familiar em relação à média nacional (31.390,5 euros anual):**

☐ O rendimento disponível está abaixo da média nacional.

☐ O rendimento disponível está ao nível da média nacional.

☐ O rendimento disponível está acima da média nacional.

### Apêndice 3. Consentimento Informado

---

Universidade de Aveiro

Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo (DEGEIT)

Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo

Discente: Diogo Filipe Matos Moleiro, N° Mecanográfico: 90784;

Docentes: Professora Doutora Zélia Maria de Jesus Breda (orientadora);

Professora Doutora Maria João Aibéo Carneiro (coorientadora).

**Título:** Dissertação de Mestrado: Avaliação das perceções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas: O caso de Aveiro.

**Objetivo:** Esta entrevista realiza-se no âmbito da investigação sobre os impactes que a apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas tem junto dos residentes da freguesia de Glória e Vera Cruz em Aveiro.

**Finalidade:** Contribuir para a auscultação e avaliação das perceções e atitudes dos residentes face a esta problemática.

**Risco:** Este estudo exploratório não acarreta quaisquer riscos para além daqueles que encontra na sua vida quotidiana.

**Natureza voluntária:** A sua participação é de carácter completamente voluntário e tem o direito de poder desistir a qualquer momento. A informação disponibilizada será apenas utilizada para fins académicos.

**Procedimento:** As respostas obtidas através do questionário da entrevista serão exclusivamente utilizadas para a compreensão das perceções e atitudes dos residentes face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas.

**Duração:** Aproximadamente dez a quinze minutos.

**Confidencialidade:** É nosso objetivo e responsabilidade garantir que a informação disponibilizada ao longo da entrevista seja tratada de acordo com a sua preferência:

\_\_\_ Pode partilhar a informação tal como ela foi providenciada, sem alteração de detalhes, referenciando a minha identificação nas publicações e/ou apresentações.

\_\_\_ Pode partilhar a informação tal como ela foi providenciada, sem alteração de detalhes, não referenciando a minha identificação.

\_\_\_ Pode partilhar a informação tal como ela foi providenciada, não referenciando a minha identificação e alterando os detalhes. Partes específicas da minha entrevista não deverão ser divulgadas se não estiverem sob anonimato. Descreva, por favor, essa(s) parte(s) específica(s):

---

---

---

---

Se, ao longo do tratamento da informação, surgirem mais dúvidas sobre a divulgação das suas informações, poderei contactá-la(o) através de:

Telefone \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

Assinatura(o) do Entrevistada(o) \_\_\_\_\_

Assinatura do Entrevistador \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_

Hora \_\_\_\_\_

Local \_\_\_\_\_

**Grato pela sua atenção e disponibilidade!**

## **Apêndice 4. Guião de entrevista (Pré-teste)**

---

Esta entrevista faz parte de um projeto de investigação do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que visa avaliar as perceções e atitudes dos residentes da Freguesia da Glória e Vera Cruz em Aveiro face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas. Os resultados obtidos neste estudo poderão contribuir consideravelmente para que entidades públicas e privadas, com responsabilidade no desenvolvimento do turismo possam implementar medidas que maximizem os benefícios e minimizem os prejuízos do desenvolvimento do turismo nesta cidade. Todas as respostas são confidenciais e serão apenas utilizadas neste projeto de investigação. Lembramos que a sua colaboração será de extrema importância para a concretização desta investigação.

**De salientar que este questionário é dirigido unicamente aos residentes da Freguesia de Glória e Vera Cruz.**

### **Objetivos gerais:**

Apurar a dinâmica turística existente na cidade, bem como da perceção dos residentes relativamente à utilização / apropriação dos espaços por parte dos turistas e das possíveis consequências desta apropriação, designadamente:

- Recolher a opinião sobre o impacto do turismo a nível local;
- Perceber que tipo de interação existe entre a comunidade residente e os turistas;
- Perceber que tipo de perceção detém a comunidade residente relativamente à apropriação dos espaços quer por turistas, ou pela própria atividade turística e perceber, também, que tipo de atitudes advêm desta perceção;
- Recolher a opinião sobre possíveis estratégias que possam ser implementadas para melhorar não só a dinâmica relacional dos intervenientes em questão, como também para atenuar possíveis apropriações negativas dos espaços.

### **1ª componente**

#### **Objetivo:**

Apuramento da perceção sobre a atividade turística a nível local incluindo os impactos desta atividade na freguesia onde reside.

#### **Questões:**

- I. Residente na cidade (obrigatoriedade de residir na Freguesia em análise) há quanto tempo?
- II. Em que bairro da Freguesia de Glória e Vera Cruz?
- III. Que benefícios económicos, sociais, culturais e ambientais resultam da atividade turística?
- IV. Indique, por favor, aspetos negativos associados à atividade turística?
- V. Quais são as principais lacunas que identifica no planeamento e gestão da atividade turística a nível local por parte de entidades privadas e públicas?

## **2ª componente**

### **Objetivo:**

Apurar a interação entre os inquiridos e os turistas.

Percecionar o dinamismo social existente e o grau de influência do mesmo na vida quotidiana da comunidade residente.

### **Questões:**

- I. Interage com os turistas? Se sim, como descreve essa interação?
- II. Frequência.
- III. Local.
- IV. Alteração da interação.
- V. Situações em que interage.
- VI. Avaliação da interação.

## **3ª componente**

### **Objetivo:**

Caracterizar o uso e a apropriação dos espaços por parte dos turistas e detetar a influência que a apropriação e uso dos espaços públicos detém junto da comunidade residente, incluindo as atitudes que daí advêm.

- Identificar as estratégias a adotar para maximizar os benefícios e minimizar os efeitos negativos da apropriação do espaço público pelos turistas.

### **Questões:**

- I. Pode descrever-me o modo como os turistas utilizam / se apropriam dos espaços públicos?

- II. Qual a sua opinião sobre o modo como os turistas utilizam os / se apropriam dos espaços públicos?
- III. Que aspetos, quer negativos, quer positivos tem a destacar desta utilização dos espaços públicos?
- IV. A utilização/apropriação dos espaços pelos turistas afeta-o(a) de alguma forma?
- V. Que atitudes tem como resultado da utilização/apropriação dos espaços públicos pelos turistas?
- VI. Que estratégias acha que devem ser adotadas para potenciar uma apropriação / utilização adequada dos espaços públicos?

**Muito obrigado pela colaboração**



## **Apêndice 5. Guião de entrevista (versão final)**

---

Esta entrevista faz parte de um projeto de investigação do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo que visa avaliar as perceções e atitudes dos residentes da Freguesia da Glória e Vera Cruz em Aveiro face à apropriação dos espaços públicos por parte dos turistas. Os resultados obtidos neste estudo poderão contribuir consideravelmente para que entidades públicas e privadas, com responsabilidade no desenvolvimento do turismo possam implementar medidas que maximizem os benefícios e minimizem os prejuízos do desenvolvimento do turismo nesta cidade. Todas as respostas são confidenciais e serão apenas utilizadas neste projeto de investigação. Lembramos que a sua colaboração será de extrema importância para a concretização desta investigação.

**De salientar que este questionário é dirigido unicamente aos residentes da Freguesia de Glória e Vera Cruz.**

### **Objetivos gerais:**

Apurar a dinâmica turística existente na cidade, bem como da perceção dos residentes relativamente à utilização / apropriação dos espaços por parte dos turistas e das possíveis consequências desta apropriação, designadamente:

- Recolher a opinião sobre o impacto do turismo a nível local;
- Perceber que tipo de interação existe entre a comunidade residente e os turistas;
- Perceber que tipo de perceção detém a comunidade residente relativamente à apropriação dos espaços quer por turistas, ou pela própria atividade turística e perceber, também, que tipo de atitudes advêm desta perceção;
- Recolher a opinião sobre possíveis estratégias que possam ser implementadas para melhorar não só a dinâmica relacional dos intervenientes em questão, como também para atenuar possíveis apropriações negativas dos espaços.

### **Caraterização sociodemográfica**

Idade:

Género:

Estado civil:

Grau de escolaridade:

Situação profissional:

Ligação profissional ao setor do turismo. Se sim, qual:

Há quanto tempo reside no bairro:

Bairro de residência:

Qual a sua ligação ao bairro:

### **1ª componente**

#### **Objetivo:**

Apuramento da perceção sobre a atividade turística a nível local incluindo os impactes desta atividade na freguesia onde reside.

#### **Questões:**

- I. Residente na cidade (obrigatoriedade de residir na Freguesia em análise) há quanto tempo?
- II. Em que bairro da Freguesia de Glória e Vera Cruz?
- III. Que benefícios económicos, sociais, culturais e ambientais resultam da atividade turística?
- IV. Indique, por favor, aspetos negativos associados à atividade turística?
- V. Quais são as principais lacunas que identifica no planeamento e gestão da atividade turística a nível local por parte de entidades privadas e públicas?

### **2ª componente**

#### **Objetivo:**

Apurar a interação entre os inquiridos e os turistas.

Percecionar o dinamismo social existente e o grau de influência do mesmo na vida quotidiana da comunidade residente.

#### **Questões:**

- a) Interage com os turistas? Se sim, como descreve essa interação?
- b) Frequência.
- c) Local.
- d) Alteração da interação.
- e) Situações em que interage.
- f) Avaliação da interação.

### **3ª componente**

#### **Objetivo:**

Caracterizar o uso e a apropriação dos espaços por parte dos turistas e detetar a influência que a apropriação e uso dos espaços públicos detém junto da comunidade residente, incluindo as atitudes que daí advêm.

- Identificar as estratégias a adotar para maximizar os benefícios e minimizar os efeitos negativos da apropriação do espaço público pelos turistas.

**Questões:**

- I. Pode descrever-me o modo como os turistas utilizam / se apropriam dos espaços públicos? Qual a sua opinião perante esta apropriação?
- II. Que aspetos, quer negativos, quer positivos tem a destacar desta utilização dos espaços públicos?
- III. A utilização/apropriação dos espaços pelos turistas afeta-o(a) de alguma forma?
- IV. Que atitudes tem como resultado da utilização/apropriação dos espaços públicos pelos turistas?
- V. Que estratégias acha que devem ser adotadas para potenciar uma apropriação / utilização adequada dos espaços públicos?

**Muito obrigado pela colaboração**